

Viestintä seuratoiminnassa

Case: Liikuntaseura Vihti-Gym ry

Anni Teivastenaho



Tekijä(t) Anni Teivastenaho	
Koulutusohjelma Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Viestintä seuratoiminnassa Case: Liikuntaseura Vihti-Gym ry	Sivu- ja liitesivumäärä 45 + 35
<p>Pienissä järjestöissä kuten urheiluseuroissa asiat hoidetaan usein talkoo- ja vapaaehtoisvoimin, siksi resurssit eivät välttämättä aina riitä uusien strategioiden miettimiseen, vaan asiat tehdään helposti vanhalla hyväksi havaitulla tavalla. Hyvin suunnitellun ja toteutetun viestinnän avulla, urheiluseura voi kuitenkin lisätä tunnettavuuttaan, aktivoida uusia toimijoita ja pitää nykyiset jäsenensä ja sidosryhmänsä tyytyväisinä ja ajan tasalla seuran toiminnasta. Tämän vuoksi viestinnän suunnitteluun tulisi panostaa.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Liikuntaseura Vihti-Gym ry:lle. Liikuntaseura Vihti-Gym on noin 800 jäsenen liikuntaseura, joka tarjoaa kunto- ja harrasteliikuntaa sekä kilpatoimintaa kaikenikäisille vihtiläisille.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli koota Vihti-Gymille kattava toimintalinja, joka kuuluu osana Valon Sinettiseurakriteereihin. Vihti-Gym on saanut Valon Sinettiseuravaroituksen arvokkuutta kuusi kertaa. Sinettiseuratoiminta on Valon ja urheilun lajiliittojen yhteinen toimintamalli, joka perustuu lapsen ja nuoren hyvinvoinnin edistämiseen sekä kasvun ja kehityksen tukemiseen. Sinettiseuratoiminta perustuu Sinettikriteereihin, joiden täyttymistä tarkkaillaan säännöllisillä auditointikäynneillä. Toimintalinjan tavoitteena on selkeyttää seuran toimintaa, se selvittää jäsenille, ohjaajille ja muille seuran toiminnasta kiinnostuneille, miksi seura on olemassa ja minkälaisille arvoille sen toiminta perustuu.</p> <p>Toimintalinjan lisäksi Vihti-Gymille tehtiin kolme erilaista esitettä, joiden tavoitteena on houkutella lisää jäseniä ja aktivoida erityisesti harrastepuolta. Toimintalinja toteutettiin syksyn 2014 aikana ja esitteet keväällä 2015. Opinnäytetyö on produktiivinen ja koostuu opinnäytetyöraportista sekä liitteistä löytyvistä toimintalinjasta ja esitteistä.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosa koostuu kolmesta luvusta. Ensimmäisessä ja toisessa luvussa perehdytään yhteisöviestintään, sen tavoitteisiin ja suunnitteluun, painottuen erityisesti seuraviestintään. Teoriaosan kolmannessa luvussa tutustutaan markkinointiviestintään lyhyesti ja esitteeseen sen välineinä, lisäksi paneudutaan visuaaliseen viestintään ja markkinointiin.</p>	
Asiasanat järjestötoiminta, viestintästrategiat, oppaat, markkinointiviestintä, esitteet, visuaalinen viestintä	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn aihe ja tavoitteet	1
1.2	Liikuntaseura Vihti-Gym ry	3
1.3	Yhdistystoiminta Suomessa	4
2	Yhteisöviestintä	5
2.1	Viestinnän tehtävät	5
2.2	Viestinnän tavoitteet	6
2.3	Visio ja arvot	8
2.4	Viestinnän operatiivinen suunnittelu	9
2.5	Yhteisökuva	10
3	Seuraviestintä	11
3.1	Sisäinen viestintä	11
3.2	Ulkoinen viestintä	13
3.3	Kriisiviestintä	13
4	Esite osana markkinointiviestintää	15
4.1	Markkinointi nonprofit-organisaatiossa	15
4.2	Mitä on markkinointiviestintä	16
4.3	Esite	18
4.4	Visuaalinen viestintä	18
4.4.1	Graafiset ohjeet	19
4.4.2	Typografia	21
4.4.3	Värit	23
4.4.4	Kuvat	24
4.4.5	Sommittelu ja taitto	24
5	Toimintalinjan suunnittelu ja toteutus	26
5.1	Toimintalinjan kokoamisprosessi	26
5.2	Toimintalinjan sisältö	28
5.2.1	Visio ja eettiset linjaukset	29
5.2.2	Seuran käytännötoimintaperiaatteet	30
5.2.3	Organisaatio	30
5.2.4	Pelisäännöt	30
5.2.5	Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen	30
6	Esitteiden suunnittelu ja toteutus	31
6.1	Banneri	33
6.2	Esitteet	35
6.3	Taittotyö	36

6.3.1 Pitkä A5 esite	36
6.3.2 Lyhyet esitteet.....	38
6.3.3 Esitteiden viimeistely ja palautus.....	39
7 Pohdinta ja arviointi	40
7.1 Toimintalinjan arviointi.....	40
7.2 Esitteiden arviointi.....	41
Lähteet	43
Liitteet.....	46
Liite 1. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n Toimintalinja	46
Liite 2. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n lyhyt esite A4 koossa	69
Liite 3. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n lyhyt esite A5 koossa	71
Liite 4. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n pitkä esite	73

1 Johdanto

Puhuttaessa yhteisöviestinnästä, tarkoitetaan jonkun organisaation eli yhteisön viestintää. Yhteisö voi olla mikä tahansa toiminnallinen kokonaisuus (yritys, kunta, valtio, järjestö, liitto jne.), jolla on jokin tarkoitus ja tavoitteet sekä tarve kertoa itsestään ja kommunikoida ympäristönsä kanssa. (Juholin 2009a, 21.) Mikään yhteisö ei pysty toimimaan ilman viestintää, viestintä on perusedellytys ja voimavara (Ikävalko 1995, 10).

Yhteisön koko ja yhteiskunnallinen merkittävyys, vaikuttavat viestinnän suunnittelun tarpeeseen. Suurissa organisaatioissa ja julkisissa yhteisöissä tarve strategiseen ja käytännön suunnitteluun on suurempi kuin pienissä yrityksissä tai järjestöissä, joissa käytännöt vaihtelevat suuresti. Suunnittelemattomuuskaan ei välttämättä tarkoita sitä, että asiat olisivat huonosti, tällöin voi kuitenkin helposti syntyä ongelmia avainhenkilöiden ollessa poissa. Miten tieto ja käytännöt siirtyvät eteenpäin, jos mitään ei ole kirjattu ylös? Joitakin yhteisiä suuntaviivoja ja käytänteitä olisi siis hyvä olla aina dokumentoitu. (Juholin 2009a, 108.)

Pienissä järjestöissä kuten urheiluseuroissa, joissa asiat hoidetaan usein talkoo- ja vapaaehtoisvoimin, on viestinnän suunnittelu tärkeää. Resurssit eivät kuitenkaan aina riitä uusien strategioiden miettimiseen, vaan asiat tehdään helposti vanhalla hyväksi havaitulla tavalla. Huomion arvoista on kuitenkin se, että viestintä on mainontaa huomattavasti halvempi tapa viedä yhteisön viestiä eteenpäin (Seuratoiminnan viestintäopas, 1). Hyvin suunnitellun ja toteutetun viestinnän avulla, urheiluseura voi lisätä tunnettavuuttaan, aktiivoida uusia toimijoita ja pitää nykyiset jäsenensä ja sidosryhmänsä tyytyväisinä ja ajan tasalla seuran toiminnasta.

1.1 Työn aihe ja tavoitteet

Sain toimeksiannon Liikuntaseura Vihti-Gym ry:ltä loppusyksystä 2014. He olivat uusineet Sinettiseurana arvonsa aikaisemmin syksyllä ja uutena Sinettikriteerinä oli kirjallisen toimintalinjan laatiminen. Sinettiseuratoiminta aloitettiin vuonna 1992, se on Valon (Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry) ja urheilun lajiliittojen yhteinen toimintamalli, joka rakentuu lapsen ja nuoren parhaan edistämiseksi, lapsen kasvun ja kehityksen tukemiselle sekä lapsuuden kunnioittamiselle. Sinettiseuratoiminta perustuu Sinettikriteereihin. (Valo ry 2015a.)

Toimintalinjan tavoitteena on selvittää jäsenille, ohjaajille ja muille seuran toiminnasta kiinnostuneille, miksi seura on olemassa ja minkälaisille arvoille sen toiminta perustuu. Toimintalinjasta selviää, miten seurassa hoidetaan käytännönasioita ja mitä palveluja seura tarjoaa. (Valo ry, Urheiluseuran Toimintalinja, 2.) Toimintalinjaa voisi siis kutsua myös eräänlaiseksi oppaaksi. Toimintalinja toteutettiin nopealla aikataululla marras-joulukuun 2014 aikana, yhteistyössä Liikuntaseura Vihti-Gymin johtokunnan kanssa ja valmis tuotos palautettiin Suomen Voimisteluliittoon vuoden lopussa. Toimintalinjan valmistuttua keskustelimme Vihti-Gymin johtokunnan kanssa vielä heidän tarpeestaan markkinointiesitteelle ja päätimme, että toteutan sen kevään 2015 aikana, toimintalinjan tietoja hyväksi käyttäen. Opinnäytetyöni on toiminnallinen eli produktiivinen ja valmis toimintalinja sekä esitteet löytyvät työn lopusta liitteistä.

Tavoitteenani oli luoda Liikuntaseura Vihti-Gymille kattava toimintalinja, joka täyttää myös Valon Sinettiseurakriteerien asettamat vaatimukset. Toimintalinjasta löytyy kaikki tärkeä tieto seuran toiminnasta yksistä kansista ja se toimii hyvin tietopakettina uusille seuran toimintaan tutustuville henkilöille. Pyrin luomaan toimintalinjasta mahdollisimman monipuolisen ja kattavan, jotta sen päivittäminen tulevana vuosina olisi mahdollisimman helppoa. Esitteistä pyrin luomaan visuaalisesti mielenkiintoiset ja sellaiset, että niihin on helppo tarttua. Päädyimme siihen, että esitteitä tehdään kaksi, lyhyt flyer -tyyppinen lehtinen sekä pidempi esite, joka on tiivistelmä toimintalinjasta.

Toimin ohjaajana Liikuntaseura Vihti-Gymissä vuosina 2000 - 2008, ohjaten eri-ikäisten lasten harrasteryhmiä. Seuran toiminta oli minulle siis sinänsä tuttua, mutta monet asiat ovat myös ehtineet muuttua vuosien varrella. Tämä mahdollisti sen, että pystyin monessa kohtaa tarkastelemaan seuran toimintaa ulkopuolisen silmin, mutta esim. useat Sinettiseuratoimintaan liittyvät asiat, kuten Urheilun Pelisääntöjen laatiminen olivat minulle käytännössä tuttuja.

Työn teoriaosa jakautuu kolmeen osaan. Ensimmäisessä teorialuvussa perehdytään yhteisviestintään ja sen tehtäviin, tavoitteisiin ja suunnitteluun. Erityistä painoarvoa annetaan seuraviestinnälle, jota käsitellään teoriaosan toisessa luvussa. Kolmas teorialuku käsittelee esitettä markkinointiviestinnän välineenä. Tavoitteenani oli tutustua esitteen tekemiseen ja visuaalisiin ominaisuuksiin mahdollisimman hyvin niin, että teoria palvelisi esitteiden toteutusta.

1.2 Liikuntaseura Vihti-Gym ry

Liikuntaseura Vihti-Gym ry on noin 800 jäsenen liikuntaseura, joka on toiminut Vihdissä jo lähes 40 vuoden ajan, tarjoten niin kunto- ja harrasteliikuntaa kuin kilpatoimintaakin.

Seura perustettiin vuonna 1976 nimellä Vihdin Naisvoimistelijat, Varpu Joenrinteen toimesta. Ensimmäisenä vuonna toimintaan osallistui yli 400 jäsentä, vuosittainen jäsenmaksu oli tuolloin vain muutaman markan ja kaikki ohjaajat ohjasivat palkatta. Seuran alkuperäisenä tarkoituksena oli tarjota voimistelukerhoja tytöille ja naisille Vihdin alueella. Vuonna 1994 tapahtuneen nimenmuutoksen seurauksena Vihdin Naisvoimistelijoista tuli Liikuntaseura Vihti-Gym ry ja tarjontaa laajennettiin myös miehille ja pojille. (Liikuntaseura Vihti-Gym ry a.)

Liikuntamuotojen kehittyminen ja liikunnan muoti-ilmiöt ovat muokanneet ja laajentaneet Liikuntaseura Vihti-Gymin jumppatarjontaa vuosien varrella. Seuran tavoitteena on vastata ajan haasteisiin ja tarjota monipuolista liikuntaa vihtiläisille, periaatteella vauvasta vaariin ja jokaiselle jotakin. Liikuntaseura Vihti-Gym toimii suurelta osin talkoo- ja vapaaehtoisvoimin. Urheiluseura on juridinen yksikkö, joka tarvitsee viralliset vastuuhenkilöt. Vihti-Gymin ylin päättävä elin on johtokunta, joka organisoii seuran toimintaa ja edustaa seuraa mm. kunnassa ja valtakunnallisissa liitoissa. Liikuntaseura Vihti-Gym on yksi Suomen Voimisteluliiton jäsenseuroista. (Liikuntaseura Vihti-Gym ry a.)

Liikuntaseura Vihti-Gym kehittää toimintaansa aktiivisesti ja onkin saanut useita palkintoja ja tunnustuksia toimivasta seuratyöstään. Seura on saanut mm. Nuoren Suomen (nykyisin Valo eli Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry) Sinettiseuravaroituksen arvostuksesta lasten- ja nuorten harrastetoiminnasta vuosina 1993, 1998, 2004, 2006, 2010 ja viimeisimpänä 2014. (Liikuntaseura Vihti-Gym ry a.)

Sinettiseurat ovat aktiivisia ja kehityshaluisia seuroja, usein lajiensa ja paikkakuntiansa parhaita. Sinetin saaminen on seuralle kunnia-asia joka tuo mukanaan vastuuta, Sinetti on lupaus laadusta. Sinettiseuravaroituksen keskiössä on urheileva lapsi tai nuori. Sinettikriteerit on ryhmitelty neljään eri osa-alueeseen 1. yhteisöllisyys ja yksilöllisyys, 2. harjoittelu ja kilpaileminen, 3. ohjaaminen ja valmentaminen, 4. viestintä ja organisointi. Kriteerien toteutumista seurataan säännöllisin väliajoin tehtävillä auditointikäynneillä. Käynnillä verrataan seuran nykyistä toimintaa Sinettikriteereihin, auditoinnista vastaa lajiliitto eli esim. Liikuntaseura Vihti-Gymin tapauksessa Suomen Voimisteluliitto. (Valo ry 2012, 3 - 4.) Tällä hetkellä Sinettiseuroja on 623 kpl, 44 eri lajista (Valo ry 2015b).

Sinettiseuratoiminta näkyy Liikuntaseura Vihti-Gymissä siten, että jokaisessa lasten- ja nuorten ryhmässä on tehty pelisäännöt ja kausisuunnitelma, myös ohjaajat tekevät yhteiset pelisäännöt siitä, miten he toimivat esimerkillisinä ohjaajina jumppareilleen. Kaikki lasten ja nuorten ohjaajat ovat käyneet soveltuvan koulutuksen ja seura huolehtii myös heidän jatkokoulutuksestaan. (Liikuntaseura Vihti-Gym ry b.) Tämän opinnäytetyön myötä Liikuntaseura Vihti-Gymillä on myös Sinettikriteereissä vaadittu kirjallinen toimintalinja seuran toimintaperiaatteista ja -tavoista.

1.3 Yhdistystoiminta Suomessa

Suurin osa urheiluseuroista ovat toimintamuodoltaan yhdistyksiä. Suomen perustuslakiin sisältyy yhdistymisvapaus, jonka mukaan jokaisella on oikeus ilman lupaa perustaa yhdistys, kuulua yhdistykseen tai olla kuulumatta yhdistykseen sekä osallistua yhdistyksen toimintaan ja erota yhdistyksestä milloin haluaa. Yhdistykselle itselleen yhdistymisvapaus antaa vapauden järjestää sisäisesti oman toimintansa haluamallaan tavalla. Yhdistykselle saadaan oikeushenkilön asema rekisteröimällä se, silloin yhdistyksen sääntöjen tulee täyttää lain asettamat määräykset. (Loimu 2012, 21.)

Yhdistyksen tunnusmerkit ovat: siinä on vähintään kolme jäsentä, toiminnalla on jokin aatteellinen tarkoitus ja toiminta on tarkoitettu pysyväksi. Yhdistykset voivat olla joko rekisteröityjä tai rekisteriin merkitsemättömiä. Rekisteröidyn yhdistyksen tunnistaa päätteestä ry eli ”rekisteröity yhdistys”. Yhdistyksen jäsenet voivat olla joko luonnollisia henkilöitä (ihmisiä) tai oikeushenkilöitä (esim. muita rekisteröityjä yhdistyksiä tai kuntia). Yhdistyksistä käytetään myös monia muita nimityksiä, kuten kerho, klubi ja seura. Yhdistysten muodostamasta yhdistyksestä käytetään usein nimitystä liitto (esim. Suomen Voimisteluliitto). (Loimu 2012, 23 – 24.)

Rekisteröity yhdistys on oikeushenkilö, joka voi hankkia oikeuksia ja tehdä sitoumuksia sekä olla asianosaisena tuomioistuimessa tai muun viranomaisen luona. Rekisteriin merkityn yhdistyksen sitoumuksista vastaa vain yhdistys itse, ei siis sitoumuksen allekirjoittajat, puhumattakaan jäsenistä. Rekisteröity yhdistys on merkitty Patentti- ja rekisterihallituksen ylläpitämään yhdistysrekisteriin ja viranomainen on tarkistanut, että se täyttää määrätyt muotovaatimukset. Lain mukaan yhdistyksen perustamisesta tulee laatia perustamis-kirja, johon liitetään yhdistyksen säännöt. (Loimu 2012, 28, 34.)

2 Yhteisöviestintä

Viestintä on keino jolla yhteisö voi saavuttaa tavoitteensa, se on suunniteltua, johdettua ja tavoitteellista toimintaa, joka perustuu ammatilliseen osaamiseen. Yhteisöviestinnän avulla rakennetaan yhteisökuva ja varmistetaan vuorovaikutteinen tiedonvälitys. Viestintä on kaksisuuntaista, viesti kulkee lähettäjältä vastaanottajille ja toiset myös takaisin. Onnistuessaan viestit aiheuttavat vuorovaikutuksen. (Siukosaari 2002, 11.) Puhuttaessa yhteisöviestinnästä, tarkoitetaan jonkun organisaation eli yhteisön viestintää. Yhteisö voi olla mikä tahansa toiminnallinen kokonaisuus (yritys, kunta, valtio, järjestö, liitto jne.), jolla on jokin tarkoitus ja tavoitteet, jolla on tarve kertoa itsestään ja kommunikoida ympäristönsä kanssa. (Juholin 2009a, 21.) Mikään yhteisö ei pysty toimimaan ilman viestintää, viestintä on perusedellytys ja voimavara (Ikävalko 1995, 10).

Ikävalko (1995, 13) jakaa yhteisöt kolmeen ryhmään viestintänäkemyksensä ja -strategiansa mukaan:

1. Aktiiviset viestijät: viestinnällä on tavoitteet ja niihin pääsyä tukeva suunnitelma. Yhteisön pyrkimyksenä on kertoa itse ensimmäisenä asioistaan ja vaikuttaa viestinnällään ulkoiseen kuvaansa.
2. Reaktiiviset viestijät: viestintä ei ole suunniteltua. Yhteisö kertoo kuitenkin avoimesti asioistaan kysyttäessä.
3. Passiiviset eli vetäytyvät viestijät: tiedon jakamista itsestään vältetään. Yhteisö välttää kontakteja muiden kuin aivan läheisimpien ryhmänsä kanssa, yhteisö kieltäytyy yhteistyöstä tietoa haluavien kanssa.

Viestintäprosessissa oleellisessa osassa on sanoma eli se, mitä halutaan viestiä. Sanoma tarvitsee oikean kanavan tai välineen saavuttaakseen vastaanottajansa tehokkaasti, ymmärrettävästi ja oikea-aikaisesti. Viestinnän suunnittelulla voidaan vähentää häiriötekijöitä, jotka voivat vaikuttaa viestin kulkuun sekä löytää tilanne, jossa omilla viesteillä on parhaat mahdollisuudet päästä perille. (Ikävalko 1995, 12.)

2.1 Viestinnän tehtävät

Viestinnän tehtävänä on tehdä yhteisö tunnetuksi ja antaa siitä oikea, rehellinen ja selkeä kuva. Viestintä rakentaa yhteisökuva, se hankkii yhteisölle tunnettavuutta ja luottamuspääomaa. Näin ollen viestintä rakentaa myös pohjaa markkinoinnille. (Siukosaari 2002, 30). Viestinnän tehtävät voidaan jakaa lyhyen tähtäimen ja pitkän tähtäimen tavoitteisiin. Jako ei ole toisensa poissulkeva vaan molemmat tavoitteet voivat vaikuttaa samanaikai-

sesti, lyhyen tähtäimen tavoitteiden tulee tukea pitkän tähtäimen tavoitteita. Viestintä tarpeet ja tyylit vaihtelevat sen mukaan mitä vaihetta yhteisössä eletään tai mitä ympäristössä tapahtuu. Yhteisön ollessa muutosvaiheessa tai toimialan muuttuessa, lisääntyy viestinnän tarve huomattavasti. Nuori yritys tai yhteisö tarvitsee viestintää lisätäkseen tunnettavuuttaan, vanhempi yritys taas tarvitsee viestintää kuvansa ylläpitämiseen ja muokkaamiseen. (Ikävalko 1995, 13 – 14.)

Juholinin (2009a, 54) mukaan viestinnän tehtävät voidaan pelkistää seuraavasti:

1. tiedon saatavuus ja tiedonvaihanta yhteisön jäsenten ja sidosryhmien välillä
2. sitoutumisen edellytysten luominen ja työhyvinvoinnin tukeminen
3. kuuntelu ja vuoropuhelu henkilöstön ja sidosryhmien kesken
4. yhteisökuvaan vaikuttaminen: maineen ja brändin hallinta
5. yhteiskunnallinen vaikuttaminen ja keskustelu
6. tuotteiden ja palveluiden kiinnostavuuteen vaikuttaminen
7. viestintäosaamisen kehittäminen, koulutus ja konsultaatio
8. luotaus, seuranta ja arviointi.

Nämä tehtävät voivat saada erilaisia painoarvoja organisaation eri kehitysvaiheissa ja tilanteissa, tehtävien rooli ja painotus vaihtelee tilanteiden ja ajankohdan mukaan (Juholin 2009a, 54 – 55).

Viestinnän ammattilaiset ry, ProCom (2012) on listannut yhteisöviestinnälle seuraavia tehtäviä:

1. Tavoitteellinen ja vuorovaikutteinen strategiatyö: strategia rakentuu ja toteutuu vuoropuheluna.
2. Luotaus, tulkinta ja reagointi: toiminnan kannalta olennaiset muutokset havaitaan ja tulkitaan ajoissa ja ne otetaan huomioon suunnittelussa ja päätöksenteossa.
3. Näkyväksi tekeminen: viestinnän avulla voidaan tehdä näkyväksi yhteisön tavoitteita, toimintaa, tuotteita ja palveluita, päätöksiä sekä niiden taustoja.
4. Yhteydenpito ja verkottuminen: ammattimainen, laaja-alainen ja vuorovaikutteinen viestintä luo yhteistä näkemystä yhteisön ja sen yleisöjen välillä.
5. Virittäminen: viestinnän ammattilaiset virittävät, neuvovat ja opastavat yhteisöään.

2.2 Viestinnän tavoitteet

Yhteisöviestintä on tavoitteellista toimintaa, tavoitteiden tulee tukea yhteisön toimintaa ja kokonaistavoitteiden saavuttamista (Siukosaari 2002, 31). Tavoitteiden kautta pystytään arvioimaan tuloksia ja laatua, siksi ne kuuluvatkin kaikkeen johdettuun toimintaan. Tavoitteiden asettaminen on osa viestinnän strategista suunnittelua, se luo tekemiselle suunnan

ja auttaa keskittymään olennaiseen. (Juholin 2010, 58.) Viestinnän kokonaisvaltaista suunnitelmaa kutsutaan strategiaksi, se perustuu yhteisön perustehtävään ja tavoitteisiin sekä tulevaisuuden tahtotilaan eli visioon (Juholin 2009a, 68). Kamenskyn (2000, 17) mukaan strategia voidaan määritellä seuraavasti: ”Strategia on yrityksen tietoinen keskeisten tavoitteiden ja toiminnan suuntaviivojen valinta muuttuvassa maailmassa.”

Strategian pääpaino on tulevaisuudessa, sen tulee sisältää sekä tavoitteet että toiminnan keskeiset suuntaviivat, toimintalinjat. Toimintalinjoja varten tarvitaan erilaisia määrittelyjä, jotka on hyvä miettiä perusteellisesti kerran ja tarvittaessa täydentää. Strategia on toiminnan ”punainen lanka”. Viestintästrategia perustuu koko yhteisön strategiaan, joten se myös muuttuu silloin kun päästrategiat muuttuvat tai niitä täydennetään. Viestintästrategian luomista ja päivitystä tuleekin kuljettaa koko organisaation strategian laadinnan rinnalla. (Juholin 2009a, 68 – 69.) Viestintästrategiaa voidaan yksinkertaistetusti kuvailla sanoilla: suuntaviivat, linjaukset, pelisäännöt ja tavoitteet. Strategia tulee esittää sellaisessa muodossa, että jokainen viestintään osallistuva ymmärtää sen. (Juholin 2009a, 69.) Ikävalkon (1995, 32) mukaan strategia-sanan voi korvata esim. ilmaisulla viestinnän suuntaviivat, sisältäen liikeidean, tavoitteet ja keinot niihin pääsemiseksi.

Strategisten tavoitteiden asettaminen on yksi strategiaprosessin tärkeimmistä osa-alueista. Se on kuitenkin myös ristiriitainen osa-alue: tavoitteiden asettaminen on helppoa, kun taas niissä todellisuudessa onnistuminen on yksi strategiatyöskentelyn vaikeimmista asioista. (Kamensky 2000, 184.) Ennen kuin tavoitteita voidaan alkaa asettaa, tarvitaan tieto lähtötilanteesta. Mitä tarkempaa tietoa on käytettävissä sidosryhmistä ja toimintaympäristöstä, sitä paremmin tavoitteet osataan määrittää. Tässä apuna voi käyttää erilaisia analyyseja. Viestinnän nykytilanteen kartoituksen avulla vastataan kysymykseen: millaista organisaatiomme viestintä on nyt ja miten se tukee koko organisaation strategiaa. (Juholin 2009a, 101.)

Viestinnän strategiset tavoitteet voivat olla pitkä- tai lyhytaikaisia tai jotkut tapauskohtaisia, ne tähtäävät vaikuttavuuteen ja kohdentuvat useille osa-alueille. Strategisia tavoitteita voivat olla esimerkiksi: arvojen toimivuus ja tunnettavuus, yhteisökuva, brändi, imago tai maine, sidosryhmien sitouttaminen, yhteisön tunnettavuus ja vaikuttaminen yhteiskunnalliseen päätöksentekoon tietyillä alueilla. (Juholin 2009a, 103).

Toteutuakseen strategia vaatii viestintää, se on niin merkittävä asia, että se vaatii pohdintaa ja keskusteluja joihin ihmiset voivat osallistua. Strategian työstämiseen voidaan ottaa myös mukaan ulkopuolisia tahoja, kuten sidosryhmiä. Tällöin etuna on, että he uskaltavat

sanoa ääneen asioita joita oma henkilöstö ei ehkä uskalla ottaa puheeksi. (Juholin 2009b, 113 – 114.)

Tavoitteet voivat olla joko mitattavia tai vaan linjauksia siitä miten toimitaan ja mihin suuntaan ollaan menossa. Mikäli asetetut tavoitteet ovat mitattavia, tarvitaan niiden arviointiin myös mittareita eli työkaluja joiden avulla arvioidaan viestinnän onnistumista ja tunnustetaan kehityskohteita. Mittareita voivat olla esim. kyselytutkimukset. (Juholin 2009a, 105.)

2.3 Visio ja arvot

Visio on strategian kantava voima, sitä voidaan kuvata esim. sanoilla tulevaisuuden tahtotila tai tulevaisuuden kajastus. Visiota muotoiltaessa olennaista on näkemys tai näky siitä, mihin yhteisö on matkalla ja millaisen maailman puolesta se toimii. Visio kuvaa sitä, millainen yhteisö haluaa olla tietyssä hetkenä tulevaisuudessa ja miten se haluaa tulla nähdyksi toimintaympäristössään ja sidosryhmiensä silmin. Hyvä visio on riittävän lyhyt, jotta se on muistettava. Tärkeää on, että organisaatio tai yhteisö uskoo itse omaan visioonsa. Visiota tulisi pystyä myös tarkastelemaan asiakkaan silmin: mitä visiomme merkitsee asiakkaillemme? (Tuomi & Sumkin 2010, 47 - 48; Juholin 2009b, 104.)

Visiota mietittäessä kannattaa ottaa huomioon ainakin seuraavat seikat: vision on oltava riittävän konkreettinen, se on toteutettavissa – haastava mutta mahdollinen, se perustuu tahtoon ja on innostava sekä helposti viestittävässä. Urheiluseuran visio on unelma seuran tulevaisuudesta. (Valo ry, Urheiluseuran Toimintalinja, 4.) Visio kertoo julkisesti sen millaiseksi organisaatio haluaa tulla. Hyvä visio on: innostava henkilöstölle, toimiva asiakkaille ja mitattavissa uskottavasti. Tehokas visio synnyttää innostavan näkemyksen organisaation tulevaisuudesta. Sen on yleensä syytä olla erilainen kuin nykytila. Hyvä muistisääntö toimivalle visiolle on ”RYTMI” eli realistinen, ymmärrettävä, toiminnallinen, mitattavissa ja innostava. (Lindroos & Lohivesi 2004, 26 – 27.)

Juholinin (2009b, 107) mukaan ”arvo on asia, jota pidämme tärkeänä”. Arvot asettavat toiminnalle prioriteetteja, jokaisessa organisaatiossa on arvoja, noudatetaan niitä sitten tietoisesti tai tiedostamatta. Arvot ovat siis olemassa vaikka niitä ei olisikaan lausuttu julki, monissa organisaatioissa niiden määrittelyyn tosin käytetään paljon aikaa ja resursseja. Arvoissa kiteytyy se mikä yhteisössä on oikein ja mikä väärin, mikä suotavaa ja mikä epäsuotavaa. (Juholin 2009b, 107.)

2.4 Viestinnän operatiivinen suunnittelu

Viestintäsuunnitelman tarkoitus on ohjata viestinnän toteutusta strategian linjauksia seura-
ten. Viestinnän operatiivinen suunnittelu perustuu viestintästrategiaan ja muodostuu Juholinin (2009a, 109 - 119) mukaan:

- **päivittäisviestinnästä:** rutiininomaista ja jatkuvaa viestintää. Jokaisella työyhteisön jäsenellä on oma vastuunsa, laiminlyönnit kostautuvat nopeasti. Miten viestitään ja keskustellaan päivittäin, viikoittain ja kuukausittain.
- **vuosittain tai säännöllisesti toistuvista toimenpiteistä:** voidaan sijoittaa kalenteriin tai vuosikelloon varmoina asioina. Esim. säännöllisesti ilmestyvät julkaisut, strategiaprosessi, yhtiö- ja muut kokoukset tai kehityskeskustelut. Päivittäisviestintä pyörii näiden ympärillä.
- **toimintasuunnitelmista:** listoja toteutettavista asioista.
- **ohjeista, politiikasta, prosessikuvauksista**
- **projekteista, kampanjoista**

Yhteisön tai organisaation koko ja yhteiskunnallinen merkityksellisyys vaikuttavat viestinnän suunnittelun tarpeeseen. Suunnitteleamattomuuskaan ei välttämättä tarkoita sitä, että asiat ovat huonosti, mutta tällöin voi syntyä ongelmia avainhenkilöiden poissa ollessa. Jonkinlaiset suuntaviivat on siis hyvä olla olemassa. Suurissa organisaatioissa ja julkisissa yhteisöissä tarve strategiseen ja käytännön suunnitteluun on suurempi kuin pienissä yrityksissä tai järjestöissä, joissa käytännöt vaihtelevat suuresti. (Juholin 2009a, 108.)

Viestinnän suunnittelun ensimmäinen askel on tavoitteiden määrittely ja resurssien inventointi. Näitä kahta asiaa verrataan toisiinsa ja resurssien painopiste suunnataan sinne, missä sitä tarvitaan eniten. Kaikkea ei voida eikä ehditä viestiä, joten kyseeseen tulee valinnat ja niiden painotus. Resurssien ollessa rajalliset, on keskittämien erityisen tärkeää. Vuorotteluperiaatteessa eri toimenpiteitä vaihdellaan vuoden mittaan, tällöin voidaan säästää kustannuksia, mutta pitää yllä ainakin tyydyttävää tasoa useammalla osa-alueella. Parempi on siis keskittää energia kunnolla johonkin osa-alueeseen, kuin yrittää tehdä kaikkea kerralla pinnalta raapaisten. (Ikävalko 1995, 30 – 31.)

Viestinnän suunnittelu pohjautuu yhteisön toimintasuunnitelmaan, josta valitaan ne asiat ja tapahtumat, joista tiettyä aikana halutaan viestiä. Suunnitelmassa täsmennetään mille kohderyhmälle viestintä suunnataan, mitä kanavia tai välineitä käytetään sekä viestintäaikataulu ja vastuuhenkilöt. (Seuratoiminnan viestintäopas, 4 – 5.) Hyvin tehty viestintäsuunnitelma luo pohjaa toiminnalle ja antaa jatkuvuutta. Se on myös hyvä työkalu uuden viestintävastaavan perehdytykseen. (Valo ry 2014, 21.)

2.5 Yhteisökuva

Yhteisökuva tai imago on yhteisölle tärkeiden henkilöiden tajunnassa oleva kuva yhteisöstä. Myös kohde- ja yhteistyöryhmillä samoin kuin ns. suurella yleisöllä on kuva yhteisöstä. Yhteisökuva palvelee yhteisöä, tuntemattomuuteen liittyy enemmän kielteisiä kuin myönteisiä käsityksiä. Sitä mukaa mitä enemmän yhteisöstä tiedetään, kirkastuu ja vahvistuu kuva siitä. (Siukosaari 2002, 38.) Yhteisökuvan luomiseen tarvitaan sekä ulkoista että sisäistä viestintää (Seuratoiminnan viestintäopas, 2).

Siukosaaren (2002, 43 – 44) mukaan yhteisökuva perustuu tietoon ja vaikutelmiin. Siihen vaikuttavat keskeisesti: yhteisön teot – mitä ja miten me teemme? Yhteisön viestit – mitä ja miten me sanomme? Ja yhteisön ilme – miltä me näytämme? Yhteisökuva on oikea kuva yhteisöstä. Se luodaan rehellisillä ja ymmärrettävillä sanomilla, joita toistetaan vuodesta toiseen. Näitä sanomia voidaan kutsua myös yhteisön perusviesteiksi. Yhteisökuva kertoo mitä tehdään ja miten, sen muodostuksessa ei käytetä ylisanoja. (Siukosaari 2002, 39.)

Yhteisökuvan tai imagon rakentamiseksi tarvitaan mielikuviin vaikuttamista. Niihin voidaan vaikuttaa tietoisesti ja tiedostamatta. Mitä enemmän on kilpailua, sitä enemmän tarvitaan vaikuttamista. Pyrkimyksenä on vaikuttaa ihmisten mielikuviin siitä, miten yhteisö, tuote, palvelu tai ajatusmaailma koetaan ja millaisia luonnehdintoja siihen liitetään. Mielikuviin liittyy myös läheisesti kokemukset, omat tai muiden. Hyvä imago tuo yhteisölle lisäarvoa, kuluttajat perustavat päätöksiään yhtä paljon mielikuviin kuin faktatietoonkin. Usein ensimmäisenä mieleen tuleva vaihtoehto on myös lopullinen. (Juholin 2009, 184.)

3 Seuraviestintä

Hyvin suunniteltu viestintä on keskeistä onnistuneessa seuratoiminnassa. Jo se, että yhteisö ymmärtää viestinnän merkityksen on edistysaskel. Viestinnällä pyritään vaikuttamaan vastaanottajan tietoihin, asenteisiin ja tätä kautta myös toimintaan. Viestinnän avulla voidaan myös aktivoida uusia toimijoita mukaan toimintaan. Viestinnän vaikutukset voivat näkyä hyvinkin nopeasti tai ne voivat olla vasta pidemmällä aikavälillä huomattavissa. (Seuratoiminnan viestintäopas, 1.) Valo ry:n (2014, 5) Urheiluseuran viestintäoppaan mukaan hyvä seuraviestintä mm. innostaa mukaan, tehostaa toimintaa, luo ryhmähenkeä ja hyvää mieltä sekä tekee tilaa keskustelulle.

Juholinin (2010, 63) mukaan järjestön viestinnän tavoitteita voi olla esimerkiksi:

Strategisia/liiketoiminnan tavoitteita

- lisätä jäseniä ja vapaaehtoisia
- turvata rahoitusta/toiminnan jatkuvuutta

Viestinnän strategisia tavoitteita

- jäsenhankinta kampanjalla
- varainhankinta kampanjalla
- sponsorit
- tunnettavuuden kasvattaminen
- maineen kirkastaminen
- sisäisen yhteistyön parantaminen
- kentän aktivointi

Viestinnän avulla kerrotaan ulkopuolisille, mihin toiminnalla pyritään, miten toimitaan ja mitä on saatu aikaan. Myös jäsenet on tärkeää pitää ajan tasalla siitä, mitä heiltä odotetaan ja mitä heille tarjotaan. Seurassa tarvitaan siis sekä sisäistä että ulkoista viestintää. (Seuratoiminnan viestintäopas, 1.)

3.1 Sisäinen viestintä

Sisäisessä viestinnässä viesti on osoitettu jäsenistölle tai vielä pienemmällekin joukolle, kuten toimihenkilöille (Seuratoiminnan viestintäopas, 1). Viestinnän lähtökohtana on tiedon jakaminen, niille joille sillä on merkitystä. Sisäisellä viestinnällä voidaan vahvistaa vapaaehtoisten ihmisten joukkoon kuulumista, yhteisöllisyyttä ja mahdollisuutta vaikuttaa. Sisäisen viestinnän onnistumiseen vaikuttaa se, miten nopeasti, ymmärrettävästi ja kattavasti tieto kulkee jäsenten välillä. Hyvin toteutettu viestintä lisää jäsenten tyytyväisyyttä.

Parhaimmillaan seuran sisäinen viestintä on jäsenten aktiivista kuuntelemista ja uuden oppimista. (Valo ry 2014, 5.)

Sisäisen viestinnän merkitys yhteisön toiminnassa on jatkuvassa kasvussa, se on yhteisön viestinnän tärkein osa-alue ja tavoitteellinen toiminto. Työyhteisössä sisäinen viestintä kohdistuu lähinnä henkilöstöön. Yhteisön sisäiseen viestintään kuuluu yhteystoiminta ja tiedotus, myös sisäinen markkinointi liittyy läheisesti sisäiseen viestintään. Yhteystoiminnalla yhteisö pitää yhteyttä henkilöstöön, kun taas tiedotuksella välitetään sanomia talon sisällä. Sisäisellä markkinoinnilla tehdään yhteisö ja mm. sen visio, arvot, tavoitteet ja toiminta tutuiksi henkilöstölle. (Siukosaari 2002, 65.)

Seuratoiminnassa hyvällä sisäisellä viestinnällä varmistetaan, että kaikki seuraan kuuluvat voivat osallistua toimintaan täysipainoisina ja tasavertaisina jäseninä. On tärkeää, että viestitään selkeällä ja yleistajuisella kielellä ja, että tarvittaessa sisällöt käännetään eri kielille. Näin taataan asioiden perillemeno erilaisille vastaanottajille. Seuran johdolla ja muilla vastuutehtävissä toimivilla on erityinen asema sisäisessä viestinnässä. Välimatkan seuran johtokunnan ja jäsenten välillä on oltava pieni, hyvä viestijä on valmis ottamaan vastaan uusia ajatuksia ja rohkaisee niiden esittäjiä ideoimaan. (Valo ry 2014, 7.)

Useat seurat toimivat talkoo- ja vapaaehtoisvoimin, mutta kiireisessä maailmassa ihmiset eivät enää ilmesty talkoisiin sankoin joukoin kuten joskus ennen. Seuran on siis onnistuttava viestimään, miten hauskaa yhdessä tekeminen voi olla. Parhaimmillaan seuratoiminta tarjoaa mielekkyyttä, yhteenkuuluvuuden tunnetta ja yhteisöllisyyttä. Seuratoiminta luo myös turvaverkostoja ja yhdistää lapsia ja perheitä toisiinsa. Moni kaipaa elämäänsä juuri näitä asioita ja siksi onkin tärkeää, että seura onnistuu sisäisessä viestinnässään. (Valo ry 2014, 7.)

Viestinnän kanavien valinta on tärkeää, esimerkiksi kaikki eivät seuraa aktiivisesti seuran Internet-sivuja tai lue sähköpostiaan jatkuvasti. Kannattaa siis hyödyntää eri kanavien yhteisvaikutuksia. Perinteisiä sisäisen viestinnän kanavia seuratoiminnassa ovat: tiedote, sähköposti, tapahtumat ja kokoukset, puhelinsoitto tai tekstiviesti sekä jäsenkirje. Seuran Internet-sivut on hyvä pitää ajan tasalla, sillä ne palvelevat aktiivisia tiedonhakijoita ajasta ja paikasta riippumatta. Nykyaikana myös sosiaalinen media on hyvä huomioida viestintäkanavana. Se on kasvattanut suosiotaan nopeasti erityisesti nuorten keskuudessa. Sosiaalinen media toimii hyvin erityisesti valokuvien tai lyhyiden videoiden jakamispaikkana, kunhan luvat ovat kunnossa. Vaikka sähköinen viestintä onkin edullista ja ympäristöystävällistä, olisi seuralla silti hyvä olla myös jokin painettu julkaisu. Useimmiten jo yksinkertai-

nen taitettu vihkonen riittää, siitä olisi hyvä löytyä perustietoja seurasta sekä sen tavoitteista ja toimintaperiaatteista. Tällainen tietopaketti on helppo jakaa esim. uusille jäsenille tai yhteistyökumppaneille. (Valo ry 2014, 9 - 15.)

3.2 Ulkoinen viestintä

Ulkoinen viestintä on suunnattu yhteisön ulkopuolelle, mutta sen tulee olla yhteneväistä jäsenistölle suunnatun viestinnän kanssa. Ulkoisen viestinnän välineitä voivat olla mm. lehdistötiedotteet, lehti-ilmoitukset, verkkosivut, logot, esitteet ja lomakkeet. (Seuratoiminnan viestintäopas, 2.) Ulkoisella viestinnällä pidetään yhteyttä erilaisiin ryhmiin yhteisön ulkopuolella. Sillä rakennetaan yhteisökuvaan tärkeiden ulkoisten yhteistyö- ja kohderyhmien keskuuteen. (Siukosaari 2002, 131.)

Ulkoisessa viestinnässä on tärkeää miettiä viestinnän kohderyhmät, millään yhteisöllä ei ole varaa viestiä kaikille. Ulkoisen viestinnän kohderyhmät ovat ne, joiden kanssa yhteisö on tekemisissä tavoitteidensa saavuttamiseksi. (Siukosaari 2002, 131.) Seuratoiminnassa ulkoisella viestinnällä vaikutetaan seuran uskottavuuteen, kiinnostavuuteen, uusien jäsenten saantiin sekä yhteistyökumppaneihin. Hyvässä seurassa viestintä on avointa, tasa-puolista ja luotettavaa, se innostaa osallistumaan ja on ajankohtaista. (Valo ry 2014, 23.)

3.3 Kriisiviestintä

Yrityksen tai yhteisön joutuessa tilanteeseen jossa sen maine, toimintaedellytykset tai jopa koko olemassaolo on uhattuna, tarvitaan kriisiviestintää. Se miten hyvin yhteisö on varautunut tiedottamaan kriiseistään, vaikuttaa koko kriisistä selviämiseen. Sillä miten yhteisö käsittelee kriisin ja sen viestinnän, on pitkät vaikutukset yhteisön uskottavuuteen ja yhteisökuvaan tulevaisuudessa. (Siukosaari 2002, 194.) Kriisitilanteet vaativat organisaatiolta nopeaa reagointia sekä ripeää ja päättäväistä toimintaa. Nykyinen viestintäkulttuuri edellyttää avoimuutta, nopeutta, tiedon saatavuutta ja läpinäkyvyyttä. (Korpiola 2011, 13.)

Useimmat kriisit pystytään ennakoimaan tiedostamalla niiden mahdollisuus ja varautumalla niihin huolellisilla suunnitelmilla. Kriisi voi yllättää kenet tahansa ja milloin tahansa, mutta sen hallinta on mahdollista vain jos tiedostetaan, että myös meille voi sattua ja tapahtua. Mahdollisia kriisejä urheiluseurassa ovat mm. onnettomuus, doping, talousotkut tai sopimaton käyttäytyminen. (Valo ry 2014, 38.) Useimmiten kriisi on kielteinen asia, joka vaikuttaa myös yhteisön imagoon (Siukosaari 2002, 194).

Juholin (2009, 299) muistuttaa, että kriisiviestintä saatetaan käsittää usein väärin. Kyse ei suinkaan ole vain kriisin aikana tapahtuvasta viestinnästä, vaan kriisijohtamisesta jossa

on kolme vaihetta: kriisiin varautuminen, kriisin hoito ja kriisin jälkihoito. Viestintä on siis osa kriisin keskellä toimimista ja siitä selviämistä.

Kriisiviestintäsuunnitelma perustuu yhteisön viestintästrategiaan, sieltä tulevat periaatteet, sidosryhmät ja vastuut. Poikkeustilanne vaatii kuitenkin joitain tarkempia määrittelyjä.

Suunnitelma tulee rakentaa aina juuri oman organisaation näkökulmasta ja juuri sen tarpeita silmällä pitäen. Kriisitilanteessa viestintä on intensiivisempää kuin tavallisesti. Tärkeää on, että kriisitoimet ja -viestintä käynnistetään heti ja, että tärkeimmät sidosryhmät saavat tarvitsemansa tiedon niin pian kuin mahdollista. Kriisiviestinnässä nopeus on siis erityisen tärkeää. (Juholin 2009, 303, 308.) Kriisitilanteessa muu viestintä ei lakkaa, vaan viestinnän painopiste vain siirretään kriisin hoitoon. Kriisiviestintä on uskottavaa vain, jos se noudattaa organisaation yleisiä arvoja. (Korpiola 2011, 13.)

Ikävalko (1995, 122) antaa ohjeeksi kriisitilanteesta viestimiseen ”kerro kaikki ja heti”, arvailuja tulisi välttää, sillä väärää tietoa voi olla vaikea oikaista jälkikäteen. Tulisi siis pitäytyä tosiasioissa ja välttää selittelyä. Seurassa tulisi olla nimetty henkilö joka huolehtii siitä, että ulosmenevät viestit ovat yhtenäisiä. Poikkeustilanne vaatii toimivaa yhteispeliä ja hyvää tiedon kulkua yhteisön sisällä. Tietoa on oltava saatavilla heti, samoin kuin mahdollisuus keskustella asioista. (Valo ry 2014, 40.)

4 Esite osana markkinointiviestintää

4.1 Markkinointi nonprofit-organisaatioissa

Nonprofit-markkinoinnilla tarkoitetaan ei-kaupallista markkinointia. Nonprofit-organisaatioita ovat organisaatiot, joiden ensisijaisena tavoitteena ei ole tuottaa voittoa tai rahallista hyötyä omistajilleen. Nonprofit-organisaatioita eli yleishyödyllisiä organisaatioita, toimii niin julkisella kuin yksityiselläkin sektorilla. Yksityisellä sektorilla niitä ovat mm. järjestöt ja yhdistykset, julkisella sektorilla niitä taas ovat mm. kuntien ja valtion toiminnot kuten kela ja koulut. Nonprofit-organisaatioita toimii hyvin monilla eri aloilla ja niiden toiminta voi olla hyvin erityyppistä alasta riippuen. (Bergström & Leppänen 2013, 494.)

Nonprofit-organisaatiot voivat rahoittaa toimintaansa keräämällä jäsenmaksuja jäseniltään. Toinen tapa rahoittaa toimintaa on erilaisten avustusten saaminen esim. kunnalta. Julkisella sektorilla toiminta rahoitetaan verovaroin ja se ei perustu vapaaehtoisuuteen, kuten edellä mainitut, vaan on lainsäädännöllä turvattua. (Bergström & Leppänen 2013, 494.)

Vaikka nonprofit-organisaatiot eivät tähtääkään kaupalliseen voittoon, tarvitsevat ne silti yhtäläillä markkinointia. Markkinointi on tarpeiden tyydyttämistä sekä arvon ja hyödyn tuottamista molemmille osapuolille, tällöin on yleishyödyllistenkin organisaatioiden toiminnassa nähtävissä markkinointia. Kaikenlaisten organisaatioiden toiminnan kannalta tärkeää on markkinoiden tutkiminen, segmentointi ja tarjoaman tekeminen kohderyhmän tarpeita vastaavaksi sekä siitä viestiminen. (Bergström & Leppänen 2013, 495.)

Bergström ja Leppänen (2013, 495) ovat eritelleet nonprofit-markkinoinnille mm. seuraavia erityispiirteitä:

- Tavoitteet eivät ole kaupallisia, eivätkä välttämättä mitattavissa. Ei voida keskittyä vain kannattaviin toimenpiteisiin ja asiakkaisiin.
- Toiminta on usein vastikkeetonta.
- Markkinoinnin kohteena voi olla aineeton aate tai ajattelutapa.
- Kysyntä voi ylittää tarjonnan.
- Suhtautuminen markkinointiin voi olla hyvinkin kriittistä.

Kaikesta huolimatta markkinoinnin lähtökohdat ovat nonprofit-organisaatioissa aivan samat kuin kaupallisissakin organisaatioissa. Kaupallisessa toiminnassa peruslähtökohtana on kannattavan toiminnan aikaansaaminen, nonprofit-organisaation missio kuvaa, miksi organisaatio on olemassa ja mikä sen ydintehtävä on. On tärkeää, että organisaation

johto kokee markkinoinnin tärkeäksi ja vastaa sen suunnittelusta, jolloin markkinointi on johdonmukaista ja suunniteltua. Kokonaisvaltainen suunnittelu on tärkeää myös pienissä organisaatioissa, joissa pitkän aikavälin suunnittelu tuntuu usein puuttuvan. (Bergstöm & Leppänen 2013, 496.)

Nonprofit-organisaatiot kilpailevat jäsenistä, asiakkaista, tukijoista, yhteistyökumppaneista, vapaaehtoisista ja lahjoittajista. Kilpailussa pärjäävät parhaiten ne, jotka tyydyttävät parhaiten asiakkaidensa tarpeet eli ne, joiden kautta asiakkaat kokevat saavansa parhaan hyödyn. Aikaa ja rahaa on vai rajallisesti käytettävissä, joten periaatteessa kaikki kilpailevat markkinoilla kaikkien kanssa. Nonprofit-organisaation on tärkeää löytää oma kilpailuetunsa eli ymmärtää esim. miksi ihmiset haluavat kumppanikseen juuri tämän urheiluseuran. (Bergstöm & Leppänen 2013, 496.)

Organisaation on oltava selvillä asiakkaidensa tarpeista ja odotuksista. Markkinoinnin tavoitteena on vaikuttaa päätöksentekoon ja saada pysyviä asiakkaita. Lähtökohtana on eri kohderyhmien määrittely ja niiden tarpeiden kartoittaminen. Kohderyhmille rakennetaan tarjooma, joka antaa parhaan mahdollisen vastineen ja hyödyn uhratulle ajalle, maksetulle pääsylipulle, tehdylle työlle jne. Tarjoomasta viestitään jokaiselle kohderyhmälle sopivalla tavalla. Viestintä suunnitellaan kohderyhmiä puhuttelevaksi, tarjoomaan sopivaksi ja tavoitteiden mukaiseksi. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon toiminnan erityispiirteet tai alan erityissäännökset kuten varainhankintaan tai arpajaisiin liittyvät säännökset. (Bergstöm & Leppänen 2013, 496 - 498.)

4.2 Mitä on markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on ulkoisiin sidosryhmiin kohdistuvaa, yhteisön taloudelliseen kannattavuuteen tähtäävää viestintää. Sen tavoitteena on saada aikaan kysyntää tai siihen myönteisesti vaikuttavia ilmiöitä. Markkinointiviestintä on mainontaa, myyntityötä, myyninedistämistä ja suhdetoimintaa, joka toteutetaan viestinnän keinoin. (Ojanen 2003, 18.) Integroitu eli kokonaisviestinnällinen ajattelutapa pitää yhteisöviestintää ja markkinointia toisiinsa kytkeytyvinä ja toisiaan tukevinä toimintoina, jotka yhdessä edistävät yhteisön tavoitteita. Markkinointi ja yhteisöviestintä ovat nykyisin hyvin lähellä toisiaan. Kumpikin tähtää samaan päämäärään eli organisaation menestykseen, ja keinot valitaan sen mukaan, mikä parhaiten palvelee tätä. (Juholin 2009, 48, 213.) On osattava valita viestinnän keinoista juuri ne, mitkä sopivat eri tilanteisiin ja eri kohderyhmille. Viestintätavat ja -kanavat tulee sovittaa toisiinsa, niin että viestintä on samansuuntaista ja yhtenäistä viestintäkanavasta riippumatta, eri tavoin tapahtuva kommunikaatio tukee ja täydentää toisiaan. (Bergstöm & Leppänen 2013, 328 - 329.)

Viestinnän voidaan sanoa olevan markkinoinnin operatiivisen tekemisen ydin. Viestintä on usein näkyvin markkinointikeino, johon kaikki kytkeytyy. Markkinointiviestintä on kattotermi kilpailukeinoille, joilla yritys pyrkii kertomaan tuotteistaan ja toiminnastaan asiakaskohderyhmille ja sidosryhmille. (Rope 2002, 160.) Markkinointiviestinnän suunnittelussa on tärkeää löytää vastaukset kysymyksiin: kenelle viestimme, mihin pyrimme viestinnällämme ja miten viestiminen tapahtuu? Markkinointiviestintä tulee hahmottaa koko yrityksen kannalta kokonaisuutena. Yritys tarvitsee sekä jatkuvaa että lyhytkestoisempaa markkinointiviestintää. Jatkovaa tai säännöllisesti toistuvaa markkinointiviestintää on esim. yrityksen painotuotteissa ja Internet-sivuilla toistuva yhtenäinen visuaalinen ilme. (Bergstöm & Leppänen 2013, 328.)

Rope (2002, 160 - 162) luokittelee markkinointiviestinnän keinot neljään kategoriaan:

1. Mainonta: käytettävästä ajasta ja mainostilasta maksetaan. Maksufunktio on suurin ero esim. tiedotustoimintaan, se mahdollistaa viestinnän toteutumisen kontrollidussa muodossa. Mainonnalla vaikutetaan mielipiteisiin ja saadaan aikaan osuuteen johtavaa toimintaa.
2. Henkilökohtainen myyntityö: sisältää sekä henkilökohtaisen että puhelimen avulla tehdyn myyntityön. Se on myyntiprosessin eteenpäin viemistä.
3. Menekinedistäminen: pyritään luomaan positiivista näkyvyyttä ja imagoa yritykselle ja tuotteille. Erona mainontaan, menekinedistämiseen liittyy aina jokin toiminta (kilpailu, tapahtuma jne.).
4. Suhde- ja tiedotustoiminta: tapahtumat (yritysjuhlat, asiakastilaisuudet), joissa pyritään vaikuttamaan kohderyhmän asenteisiin jotakin asiaa kohtaan. Rakentaa suotuisat olosuhteet muille toiminnoille. Koskee sekä sisäisiä että ulkoisia kohderyhmiä.

Tämä jako on edelleen toimiva, vaikka uusia keinoja, jotka saattaa olla vaikea luokitella johonkin näistä kategorioista tulee jatkuvasti lisää. Markkinoinnin viestintäkeinoja ja niiden sovellusmahdollisuuksia on lähes rajaton määrä, joten onkin tärkeää, että yritys valitsee niistä omiin resursseihinsa ja tarpeisiinsa parhaiten sopivan kokonaisuuden. (Rope 2002, 162.) Eri viestintäkeinojen yhdistelmää voidaan kutsua nimellä viestintämix eli jokainen yritys suunnittelee itselleen ja tilanteeseensa sopivan viestintäkeinojen sekoituksen (Bergstöm & Leppänen 2013, 328).

Markkinointiviestinnän kohteissa on eroja yrityksen ja ei-voittoa-tuottavan organisaation välillä. Julkinen organisaatio tai järjestö pyrkii vaikuttamaan ihmisten käyttäytymiseen (kuten lahjoittamaan hyväntekeväisyyteen tai liittymään jäseneksi) kun taas yrityksen markkinointiviestintä kohdistuu tuotteisiin ja palveluihin. (Juholin 2009, 213.)

4.3 Esite

Esite on viestinnän tukiväline. Se voi toimia mm. osana suoramainontaa, mikä on yksi eniten käytetyistä mainosmuodoista. Suoramainontaa on kahdenlaista: osoitteellista ja osoitteetonta. Osoitteellista suoramainontaa ovat mm. kohdistetut kirjeet. Osoitteetonta suoramainontaa ovat postin toimittamat osoitteettomat postilähetykset sekä esim. messuilla tai myymälöissä jaettavat painotuotteet. Suoramainonnalle on ominaista kohdistettavuus, luottamuksellisuus ja mitattavuus. Suoramainonnalla voi olla monia rooleja yrityksen markkinointiviestinnässä. (Rope 2002, 201 – 201.)

Esitemainontaa saatetaan suorittaa usein väärin perustein, jos sille annetaan itsellistä roolia markkinointiviestinnässä. Esite tulisi siis nähdä vain myynnin, messujen tai tarjouksen yhteyteen liitettävänä tukivälineenä. Esitemainonnan tulee olla uskottavaa ja ammattimaista sekä muodostaa vakuuttava kuva esiteltävästä asiasta. Esitteitä on kahdenlaisia: yritysesitteitä, joissa pyritään esittelemään houkuttelevasti koko yrityksen tarjonta sekä tuote-esitteitä, jotka rajoittuvat jonkun tietyn tuotteen tai tuoteperheen esittelyyn. (Rope 2002, 207.)

Esite on ensisijaisesti kuvallinen väline, jossa tekninen laatu ja mainosviestinnällinen suunnittelutaito ovat merkittäviä toimivuuskriteereitä. Usein yritysesite on useasivuinen neliväripainotuote, jonka tulisi pystyä kertomaan kolme seikkaa:

1. Yrityksen tuotteet tai palvelut eli missä asioissa yritystä kannattaa käyttää.
2. Yrityksen toimintaperiaatteet eli kuvaus tyylistä ja tavoista joilla yritys harjoittaa liiketoimintaa.
3. Yhteystiedot eli mihin asiakas voi ottaa helposti yhteyttä tai mistä hän löytää lisää tietoa kiinnostuttuaan yrityksestä.

Hyvä esite on kuvallinen, mitä vähemmän tekstiä siinä on, sen parempi. Kuvissa tulisi olla ihmisiä ja toimintaa. Hyvä esite on visuaalisesti hyvin suunniteltu ja ammattimaisen näköinen. Se on myös ajaton eli ei sisällä tietoja, jotka muuttuvat lyhyellä aikavälillä. Lisäksi se on teknisesti hyvin toteutettu ja yrityksen kokonaislinjan mukainen. Se, millainen esite milloinkin tehdään, on sidottu yrityksen ydinkohderyhmään, esitteen käyttötarkoitukseen, esitettävään asiaan ja yrityksen mahdollisuuksiin panostaa esitteen toteutukseen. (Rope 2002, 208 – 209.)

4.4 Visuaalinen viestintä

Suurin osa ihmisen vastaanottamasta informaatiosta tulee näköaistin kautta. Jopa 75 % viestinnästä kulkee ensin silmien kautta ihmisen tietoiseen ja tiedostamattomaan ajatusmaailmaan. Yrityksen kannattaa siis huomioida tämä viestinnässään. Visuaalinen viestintä

jättää asiakkaan mieleen muistijäljen, mikä syntyy siitä mitä ihminen näkee, kokee ja kuulee. (Nieminen 2004, 8.) Yrityksen visuaalinen identiteetti on siis sen näkyvin osa eli se, mikä on silmin havaittavissa (Loiri & Juholin 2006, 129).

Visuaalinen markkinointi tai viestintä on osa yrityksen tai yhteisön markkinointiviestintää, se lukeutuu selkeimmin mainonnan ja myynninedistämisen kategoriaan. Visuaalinen markkinointi toimii huutomerkin tavoin, havainnollistaen yrityksen tuotteita ja identiteettiä. Sen tehtävänä on täydentää yrityksen muuta markkinointikokonaisuutta visuaalisilla herätteillä. Visuaalisen markkinoinnin tehtäviä ovat mm. yrityksen arvojen ja identiteetin visualisointi, sen tuotteiden ja palvelujen tunnetuksi tekeminen ja yritysmielikuvan rakentaminen. (Nieminen 2004, 8 – 9.) Lähtökohtana on se, mitä yritys tai yhteisö on. Visuaalisen ilmeen tulisi vahvistaa niitä arvoja ja arvostuksia, jotka ovat yhteisölle tärkeitä. Visuaalisen identiteetin luominen on pitkäjänteistä maineen hallintaa sekä mielikuviin vaikuttamista johdonmukaisella viestinnällä ja organisaation strategian mukaisella toiminnalla. (Loiri & Juholin 2006, 129.)

Markkinointi tähtää aina tulokseen, eikä siinä voida onnistua ilman tehokasta viestintää. Viestinnän on oltava yrityksen itsensä näköistä ja siten muista viesteistä erottuvaa. Näkyvyys, erottuvuus ja omaleimaisuus ovat tärkeitä seikkoja eteenpäin pyrkivälle yritykselle. Yrityksen visuaalinen ilme kertoo heti ensisilmäyksellä vastaanottajalle jotakin yrityksen identiteetistä sekä yrityksen filosofioista ja toimintatavoista. Kun yrityksellä on visuaalisesti ja graafisesti tunnistettava ilme, voidaan sen avulla saavuttaa seuraavat viestinnälle asetettavat tavoitteet: mielikuvien synnyttäminen, mielikuvien luominen ja vahvistaminen sekä mielikuvamarkkinoinnin käyttäminen markkinasegmenttien tavoittamisessa. (Nieminen 2004, 83 – 84, 86.)

Yrityksen tai yhteisön visuaalista viestintää suunniteltaessa voidaan apuna käyttää AIDA-kaavaa eli A = attention (huomio), I = interest (kiinnostavuus), D = desire (ostohalu) ja A = action (aktivointi). Tämä kaava sisältää oleelliset elementit menestyksekkäästä viestinnästä. Viestinnän suunnittelijan tehtäväksi jää siis miettiä, millaisella viestinnällä saadaan aikaan huomiota, miten asiakkaiden mielenkiinto herätetään ja heidän ostohalunsa synnytettyä sekä miten heidät saadaan aktivoituksi liikkeelle lähtöön. (Nieminen 2004, 87.)

4.4.1 Graafiset ohjeet

Jokaisen yrityksen tai yhteisön, niin ison kuin pienenkin, olisi syytä laatia itselleen selkeät ohjeet ulkoiseen esiintymiseensä liittyvistä asioista eli graafiset ohjeet. Yhtenäisellä ulko-

asulla yhteisö viestii itsestään ammatillisuutta. Kun koko organisaation viestinnällä on yhtenäinen punainen lanka josta pidetään kiinni, helpottaa se kaikkien toimintaa. (Toikkanen 2003, 13.) Yrityksen graafinen ilme syntyy: logosta, liikemerkistä, tunnusväreistä, typografiasta, tunnuskuvista ja muista graafisista keinoista, kuten tekstin pistekoosta ja painotuotteiden layout-ratkaisuista. Yrityksen graafisen ilmeen tulisi olla tunnistettava, positiivista yritysmielikuvaa vahvistava, kilpailijoista erottuva, selkeä, persoonallinen ja kohderyhmät huomioon ottava. (Nieminen 2004, 90.)

Visuaalisen ilmeen suunnittelu lähtee yrityksen nimestä. Parhaimmillaan nimi luo mielikuvan yrityksen toimialasta, tuotteista, toimintatavasta ja tyylistä. Siihen voi sisältyä myös paikkakunta. Hyvä yrityksen nimi on sellainen joka on helppo muistaa, ääntää ja ymmärtää, se on ytimekäs ja mahdollisimman lyhyt sekä yksilöi yrityksen ja erottaa sen kilpailijoista. (Nieminen 2004, 90.)

Logo on yrityksen nimen vakiintunut kirjoitustapa, usein saatetaan luulla harhaanjohtavasti, että logo olisi yritysnimen yhteydessä esiintyvä kuvasymboli. Tätä kuvasymbolia kutsutaan kuitenkin nimellä liikemerkki. Mikäli liikemerkki ja logo muodostavat yhtenäisen kuvion (kuten Marimekko) voidaan edelleen puhua logosta. Kun logo ja liikemerkki on suunniteltu hyvin, voidaan niitä käyttää sekä yhdessä että erikseen. Liikemerkin visuaalinen ulkomuoto voi koostua kirjaimista ja numeroista, piirroskuvista tai niiden yhdistelmistä. (Nieminen 2004, 96; Loiri & Juholin 2006, 130.) Liikemerkin ja logon muodostamaa kokonaisuutta kutsutaan liiketunnukseksi (Toikkanen 2003, 14). Kuvassa 1 on esitetty logo, liikemerkki ja liiketunnus.



Kuva 1. Liikemerkin, logon ja liiketunnuksen erot

Yrityksen tai yhteisön tunnuksen tulee olla monikäyttöinen, sen pitää sopia niin käyntikortteihin ja kirjekuoriin kuin t-paitoihin ja esitteisiin. On tärkeää, että yhteisön tunnus tulee esiin kaikessa sen toiminnassa, sillä yhteisö tunnistetaan merkistään. Yhteisön visuaalinen identiteetti rakentuu ensisijaisesti tunnuksen varaan. (Huovila 2006, 16.) Hyvä logo tai tunnus on kaikkialla helposti luettavissa ja tunnistettavissa, sen tulee olla selkeä ja yhdenmukainen muun viestintäaineiston kanssa. Logoa valittaessa kannattaa analysoida ensin

yhteisön tuotteiden ominaisuuksia, mielikuvaa toimialasta sekä yhteisön arvoja. (Nieminen 2004, 96.) Lisäksi merkki kertoo omaa kieltään yrityksen tai yhteisön laadusta ja keskeisistä ominaisuuksista. Merkki ja värit voivat mm. tuottaa maku- ja tuoksuaistimuksia tai kertoa tuotteiden hinnasta, laadusta ja turmallisuudesta. (Loiri & Juholin 2006, 134.)

Yksinkertaisimmillaan graafiset ohjeet voivat olla yhdellä A4:llä. Liian tarkkaa ohjeistusta kannattaa välttää, sillä se voi jopa hankaloittaa työskentelyä. Ohjeissa tulisi olla maininta siitä, mitkä asiat ovat pakollisia ja mitä asioita saa soveltaa tarpeen vaatiessa. Graafisia ohjeita varten päätetään ainakin yrityksessä käytettävistä väreistä ja fonteista sekä fonttien pistekoosta. (Toikkanen 2003, 13 - 14.) Graafisten ohjeiden laajuuteen ja yksityiskoh-
taisuuteen vaikuttavat yhteisön koko, toimiala ja profiloitumisen tarpeet. Niiden perimmäinen tehtävä on kuitenkin helpottaa visuaalisen identiteetin soveltamista ja antaa siihen työkaluja. (Loiri & Juholin 2006, 139 – 140.)

4.4.2 Typografia

Julkaisun onnistuneeseen ulkoasuun vaikuttaa suuresti typografia. Typografialla tarkoitetaan koko pinnan painoasua eikä pelkästään käytettyä fonttia eli kirjaisinlajia. Typografiassa otetaan huomioon fontti, tekstin pistekoko, kirjasintyyli (lihavointi, kursivi), rivivälit, palstoitus, marginaalit, otsikointi ja tekstin linjaukset, eli kaikki tekstiin, kuviin ja tilankäyttöön liittyvä sommittelu. (Toikkanen 2003, 33.) Typografiaan sisältyy myös ohjeet kuvien käsittelystä sekä ohjeet graafien ja grafiikan käytöstä. Edellä mainittujen pohjalta luodaan typografiaohjeisto sekä mallit niiden käytöstä. Typografian avulla voidaan varmistaa, että julkaisu muodostaa yhtenäisen visuaalisen kokonaisuuden. Julkaisun ulkoasun tekeminen helpottuu, kun jokaista yksityiskohtaa ei tarvitse erikseen miettiä, vaan ne on jo päätetty. (Huovila 2006, 85.)

Typografia on tapa jolla sanoma saatetaan muotoon, jossa se viestii yhtä vahvasti kuin tekstin sisältö ja vaikuttaa samalla olennaisesti viestin perillemenoon. Sen avulla saadaan lukija ensin kiinnostumaan julkaisusta, ja sitten vasta perehtymään sen sisältöön. Kun typografia on onnistunutta, on julkaisun lukeminen miellyttävää ja helppoa, jutun eri osat ovat helposti havaittavissa. Tyylin tulisi olla mieluummin hienovaraista kuin dramaattista. Kun typografia on onnistunutta, toimii se lukijan apuna. (Loiri & Juholin 2006, 32 – 33.)

Typografian tärkein elementti on valittu kirjaintyyppi eli fontti. Fontti on osa typografian muodostamaa ulkoasua ja toisaalta se on myös väline julkaisun välittämän viestin ymmärtämiseen. Fontin valinnassa tulee keskittyä ensinnäkin kirjaimen symboliikkaan eli siihen, mitä erinäköiset kirjaimet viestivät ja toiseksi siihen, kuinka luettava mikäkin fontti on.

(Huovila 2006, 88.) Parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi, tulisi käyttää vain muutamaa kirjaintyyppiä. Liian monen tyypin käyttö voi vaikeuttaa lukemista ja aiheuttaa sekavuutta. Maailma on täynnä erilaisia kirjaintyyppejä, mutta muutama kymmenen tyyppiä on vakiinnuttanut asemansa leipätekstityypeinä ja satakunta otsikotyyppinä. Valinnalle on vaikea määritellä mitään tarkkoja kriteerejä, sillä jokainen työ on ainutkertainen. Toiset valitsevat fontin täysin vaistonvaraisesti, kun taas toiset perustelevat valintansa harkitusti. (Loiri & Juholin 2006, 34.) Painotuotteissa kannattaa pysytellä parissa varmassa kirjaintyyppissä ja käyttää näiden tyyppien kirjainleikkauksista 2-3 erilaista lajia eli korostusta kuten lihavointia, kursivointia tai light-leikkausta (Nieminen 2004, 95).

Kirjaintyyppin lisäksi kullekin tekstinosalle eli leipätekstille, otsikoille jne. valitaan myös koko tai koot ja ladontatavat (riviväli, palstoitus jne.). Nämä valinnat luovat eheän kokonaisvaikutelman. Koot määritellään typografiassa olevien mittojen ja mittajärjestelmien avulla. Koko voidaan määritellä joko Pica- tai Didot- mittajärjestelmällä. Pica- järjestelmä on amerikkalainen ja tuumapohjainen, Didot- järjestelmä taas eurooppalainen ja metripohjainen. Didot- järjestelmän perusyksikkö on piste, joka on 1/2660 metriä eli 0,3759 mm. (Loiri & Juholin 2006, 36.)

Leipäteksti on julkaisun tärkein tekstilaji, sillä kirjoitetaan julkaisun sisältö. Muita tekstilajeja ovat mm. otsikot, ingressitekstit, kuvatestit ja taulukkotekstit. Painotuotteissa kuten esitteissä, leipätekstille sopivana pistekokona pidetään 9 – 12 pistettä. Käytetyimmät ovat 10 ja 11 pistettä. Pistekokoa valittaessa on huomioitava, että eri fonttien kirjasimet ovat erikokoisia. Otsikoissa käytetään yleensä suuria, yli 12 pisteen kirjasinkokoja. (Toikkanen 2003, 33.)

Typografiaan kuuluvat myös rivien pituudet ja rivivälin valinta. Rivin pituudella on vaikutusta luettavuuteen, liian lyhyet rivit tekevät lukemisesta katkonaista, kun taas liian pitkät rivit vaikeuttavat tekstirivien seurattavuutta ja niin ollen luettavuus vaikeutuu. Hyvä rivin pituus on noin 60 merkkiä ja vähintään 40 merkkiä. (Toikkanen 2003, 35.) Rivien pituuden tulisi olla tietyssä suhteessa käytettyyn kirjainkoko. Pitkäsanaeisessa kielessä, kuten suomenkielessä, saa riviä kohti olla vähemmän merkkejä kuin lyhytsanaeisessa kielessä. Myös rivivälit vaikuttavat tekstin luettavuuteen. Esim. pitkän leipätekstin lukeminen voi olla helpompaa, jos riviväliä suurennetaan. (Loiri & Juholin 2006, 41.) Yleinen rivivälin suuruus on 1 – 4 pistettä suurempi kuin kirjainkoko (Toikkanen 2003, 35).

Tekstikappaleiden ulkomuotoon vaikuttaa myös rivien sulkemistapa. Sillä on vaikutusta myös luettavuuteen. Tavallisin tapa on latoa kaikki rivit yhtä pitkiksi eli ns. tasapalstoiksi. Tällöin palsta on kummaltakin reunaltaan suora. Toinen vaihtoehto on liehuladelmien

käyttö. Oikeanpuoleinen liehuladelma onkin helppolukuista, sillä luettaessa silmä löytää helposti rivin tasatun vasemmanpuoleisen alun. Vasemmanpuoleinen liehuladelma on harvinainen, mutta samalla voimakkaasti erottuva ja tehokas. Vaikealukuisuutensa vuoksi sitä tulisi käyttää vain lyhyissä teksteissä. Keskitetty ladonta näyttää kauniilta ja juhlalliselta, mutta on myöskin hyvin vaikealukuinen ja sitä tulisi käyttää vain lyhyissä teksteissä. Harkiten käytettynä tyylikeinona se on kuitenkin usein hyvin tehokas. (Loiri & Juholin 2006, 42.)

4.4.3 Värit

Yrityksen tai yhteisön tunnusvärit, ovat selkeä signaali siitä, mitä yritys haluaa kertoa itsestään pelkistetyimmillään, niistä yritys tunnetaan. Värit, logo ja liikemerkki muodostavat pienoiskuvan yrityksen liikeideasta, asiakaskohderyhmistä, ideologioista ja arvoista. (Nieminen 2004, 103.) Väri voi viestiä usealla eri tavalla, riippuen siitä minkälaisen muiden elementtien, värien ja asioiden yhteydessä sitä käytetään. Punainen, sininen ja keltainen ovat päävärejä, vihreä, oranssi ja violetti välivärejä. Värin näkemiseen vaikuttaa kohteen pinta sekä valon koostumus. (Huovila 2006, 842.)

Väreillä on koettu olevan vaikutusta ihmisen mieleen: vihreä rauhoittaa, sininen viilentää ja punainen lämmittää. Tulee kuitenkin muistaa, että värien merkitykset eivät ole yleismaailmallisia vaan eri kulttuureissa niiden merkityksillä voi olla hyvinkin suuria eroja. Väri kertoo kohteestaan aina jotain, oli se sitten tahallisesti tai tahattomasti. (Loiri & Juholin 2006, 112.)

Väri kuvaillaan kolmen ominaisuuden avulla: sävy, kylläisyys ja valoisuus. Ominaisuudet eritellään perinteisesti graafisesti väriympyrän avulla. Jokainen laite, jolla voidaan valmistaa värikkäitä julkaisuja (skanneri, värinäyttö, väritulostin, painokone jne.) tuottaa erilaisen asteikon värejä. Tämä tarkoittaa sitä, että jopa samanlaiset laitteet voivat esittää saman värin eri tavalla. Näytöllä pystytään esittämään paljon enemmän värejä kuin tulostin tai painokone pystyy tulostamaan. Kulkiessaan tietokoneen näytöltä painokoneelle, muuntuvat värit järjestelmästä toiseen. (Adobe Press 1999, 16.)

Värin valintaan ja muokkaamiseen on olemassa erilaisia järjestelmiä, sen mukaan miten väri tuotetaan. Jotta päästään lähimmäksi haluttua tulosta on tärkeää, että julkaisua tehtäessä värisävyt määritellään numeerisesti ja tarkoitukseen sopivassa väritilassa. Tietokoneen näyttö ja TV käyttävät RGB -järjestelmää, siinä kuvaputken pisteet heijastavat vaihtelevia määriä punaista, vihreää ja sinistä valoa (RGB= red, green, blue). Painoproses-

sisä taas käytetään CMYK -järjestelmää eli neliväripainatusta. CMYK -järjestelmässä värit määritellään musteiden määrinä, käytössä on neljää mustetta: syaania, magentaa, keltaista ja mustaa (CMYK = cyan, magenta, yellow, key eli avainväri joka on musta). Kuvankäsittelyohjelmassa voi valita, kumpaa järjestelmää haluaa käyttää ja tarvittaessa kääntää kuvat järjestelmästä toiseen. (Adobe Press 1999, 18.) Tietokoneen näyttö ei voi esittää painovärejä täysin oikein ja väreissä voi olla eroja ohjelmien välillä. Mikäli värimääritykset on kuitenkin tehty samoilla CMYK -arvoilla kaikissa ohjelmissa, pitäisi niiden tulostua niiden mukaisina. Tavoiteltava lopputulos on syytä tarkistaa värikartasta. (Pesonen 2007, 60.)

4.4.4 Kuvat

Kuvilla on suuri merkitys viestinnässä. Ilman kuvaa jäävät julkaisut helposti huomiotta, sama pätee muuhunkin viestintään. Paras kuva on sellainen, joka antaa katsojalleen oivaltamisen ilon. (Nieminen 2004, 89.) Usein viesti menee parhaiten perille kuvan ja tekstin yhteisvaikutuksesta siten, että kuva selittää tekstiä ja päinvastoin. Kuva tavoittaa vastaanottajansa tekstiä nopeammin, sillä se ei vaadi yhtä paljon aktiivisuutta kuin sanallinen viesti. Kuvan tavoitteena on usein selvittää ja selittää asioita, joita käsitellään tekstissä. Lisäksi kuvan tehtävänä on julkaisun kokonaisilmeen jäsentäminen ja lukijan ”pysäyttämisen” eli hänen huomionsa kiinnittäminen aiheeseen. (Loiri & Juholin 2006, 52 – 53.)

Kuva voi olla joko informatiivinen eli tuoda julkaisuun uutta tai tekstiä täydentävää tietoa tai dekoratiivinen eli koristeellinen. Dekoratiivinen kuva luo julkaisulle ilmettä ja tunnelmaa yhdessä typografian ja sommittelun kanssa. Hyvä kuvitus on yhtä aikaa sekä informatiivista että dekoratiivista: se välittää halutun viestin, samalla rikastuttaen ja jäsentäen ulkoasua. Kuvan tulisi aina sopia mahdollisimman hyvin kohteeseensa. Yksi kuva voi olla sopiva yhdessä paikassa ja täysin väärä toisessa. Kuvat kannattaa valita huolella ja kuvitukseen satsata. Painettavaan julkaisuun tulee valita laadultaan paras kuva, esimerkiksi Internet-sivuilla oleva kuva harvoin soveltuu sellaisenaan painettavaksi. (Pesonen 2007, 48 - 49.)

Kuvavalinta lähtee jutun ideasta eli kuvan tai kuvituksen on liityttävä juttuun. Kuva on itsessään aina viesti, se ei saisi olla pelkkä koriste tai palstantäyte. Asiayhteys määrittelee sen, millainen kuva on milloinkin sopivin. (Loiri & Juholin 2006, 54.)

4.4.5 Sommittelu ja taitto

Sommittelu tarkoittaa valittujen elementtien järjestämistä rajatussa tilassa eli käytännössä esim. painopinnalla. Sommittelulla voidaan mm. ohjata katsetta, herättää mielenkiintoa ja

välittää tunnelmia. Huomioon tulee ottaa kaikki sommitteluun vaikuttavat tekijä: otsikkotyy-
pit, ingressit, kuvatekstit, leipätekstit, kuvat, värit, vierukset, tyhjä tila sekä painotuotteen
pinnan muoto ja koko. Sommittelun lähtökohtana on rajattu tila, johon sommittelu laadi-
taan. (Pesonen 2007, 62; Loiri & Juholin 2006, 62.)

Taitto eli layout tarkoittaa typografian ohjeiden pohjalta sivun eri elementtien, kuten otsi-
koiden, kuvien ja tekstien sijoittelua informatiivisesti ja hyvään järjestykseen sivulle. Typo-
grafia antaa siis taittajalle työkalut julkaisun kokoamiseen. (Huovila 2006, 85.) Taittaminen
on eräänlainen palapeli, jossa pyritään kokoamaan yhteen tekstiaineisto ja visuaaliset ele-
mentit niin, että ne muodostavat eheän kokonaisuuden. Taitossa tulee pystyä tekemään
valintoja olennaisen ja epäolennaisen välillä. Taitto auttaa lukijaa saamaan selkoa julkai-
susta. Hyvä taitto: herättää kiinnostuksen, motivoi, innostaa ja kertoo mikä on tärkeää tai
vähemmän tärkeää, se jäsentää tietoa ja viestii lähettäjästään monin tavoin sekä erottaa
julkaisun muista julkaisuista. (Pesonen 2007, 9.)

Nykyisin taittotyö tapahtuu taitto- tai piirrosohjelmien avulla, mutta suunnitelmia on hyvä
laatia myös käsin piirtämällä ennen tietokoneen ääreen siirtymistä. Työ on hyvä aloittaa
asettelumallin suunnittelulla, se toimii sivunsommittelun perustana ja pitää ulkoasun yhte-
näisenä. Käytännössä asettelumalli tarkoittaa suunnitelmaa sivun ja pinnan jakamisen pe-
rusratkaisuista. Malliin määritellään marginaalit, palstojen määrä, palstan leveys sekä
palstojen keskinäinen väli. (Pesonen 2007, 9.)

5 Toimintalinjan suunnittelu ja toteutus

Sain toimeksiannon Liikuntaseura Vihti-Gym ry:ltä (jatkossa Vihti-Gym) syksyllä 2014. Aluksi keskustelimme jäsenyytyväisyyskyselyn teettämisestä ja esitteen tekemisestä. Kuitenkin loppuvuodesta 2014 seurassa ilmeni akuutti tarve toimintalinjan tekemiselle, Vihti-Gym oli uusinnut Sinettiseuran arvonsa syksyn aikana ja uutena kriteerinä oli, että jokaisen Sinettiseuran on laadittava toimintalinja.

Valo ry:n (Urheiluseuran Toimintalinja, 2) mukaan toimintalinjan tavoitteena on selkeyttää seuran toimintaa, se selvittää jäsenille ja muille seuran toiminnasta kiinnostuneille, miksi seura on olemassa ja minkälaisille arvoille sen toiminta perustuu. Toimintalinjasta selviää, miten seurassa hoidetaan käytännönasioita ja mitä palveluja seura tarjoaa. Toimintalinjaukset ovat osa seuran imagoa, niihin vaikuttavat jokaisen seuran historia, omat lähtökohdat ja olemassa oleva seurakulttuuri. Tärkeä osa toimintalinjaa, on myös siitä viestiminen. Osa seuroista painattaa niistä vihon tai laittaa ne ainakin seuran Internet-sivuille nähtäville. Toimintalinjauksiin on palattava tietyin väliajoin ja tarkastettava tarvitsevatko ne päivitystä tai tarkennusta. (Valo ry, Urheiluseuran Toimintalinja, 2 – 3.)

5.1 Toimintalinjan kokoamisprosessi

Aikataulu toimintalinjan toteuttamiselle oli melko tiukka ja se toteutettiin parissa kuukaudessa niin, että valmis toimintalinja oli nähtävillä seuran Internet-sivuilla jo vuoden 2015 alussa. Toimintalinja on toteutettu yhteistyössä Vihti-Gymin johtokunnan kanssa, haastatteluita ja sähköposteja apuna käyttäen, lisäksi apuna on käytetty seuran Internet-sivuja ja muuta olemassa olevaa materiaalia sekä Valon Urheiluseuran Toimintalinja –työvihkoa.

Tapasin Vihti-Gymin puheenjohtajan sekä talousvastaavan useaan otteeseen prosessin aikana, lisäksi vaihdoimme useita sähköposteja. Ensimmäisessä tapaamisessa keskustelimme työn aiheesta ja aikataulusta. Heti ensimmäisessä tapaamisessa kävi selväksi, että toimintalinjalla oli jo melkoinen kiire, sovimme siis, että aloitamme sen työstämisen sähköpostin välityksellä ja sovimme sitten tapaamisen missä voimme keskittyä sisältöön tarkemmin. Kun olin saanut sähköpostitse kaiken tarvitsemani tiedon päästäkseni alkuun, aloin hahmotella runkoa toimintalinjalle. Tässä vaiheessa toimintalinjan rungoksi muodotui: seuran visio, eettiset linjaukset, toiminnan tavoitteet, käytännön toimintaperiaatteet, organisaatio ja vastuuhenkilöt, pelisäännöt, valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen sekä toimintamuodot. Kävin osa-alueet pikkuhiljaa läpi ja merkitsin ylös mihin kysymyksiin löytyi vastaukset jo olemassa olevista materiaaleista. Tämän jälkeen aloin listata kysymyksiä,

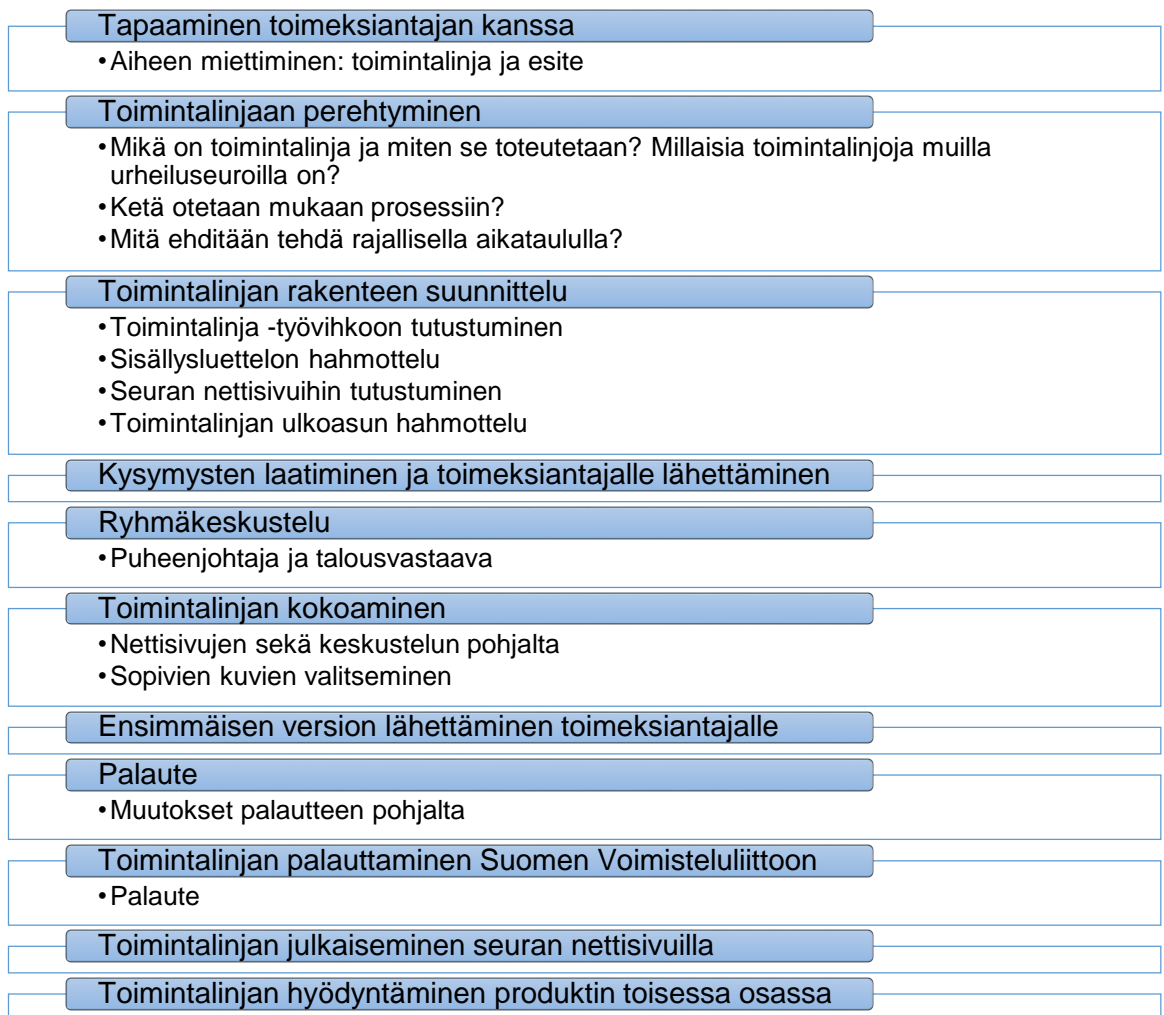
joihin tarvitsisin vastaukset Vihti-Gymin johtokunnalta. Lopulta minulla oli kasassa lista kysymyksiä, jonka lähetin yhteyshenkilöilleni:

1. Seuran tavoitteet olen mukaillut täältä: <http://www.vihti-gym.fi/seuran-tiedot/toimintaperiaatteet/> Tuleeko mieleen jotain lisättävää/tarkennettavaa? Miten tavoitteisiin pääsyä edistetään?
2. Miten asioista tiedotetaan ohjaajille/ryhmille?
3. Miten uusia seuratoimijoita rekrytoidaan?
4. Tarvitaanko organisaatioon uusia osa-alueita tai voidaanko, jokin vanhoista osa-alueista poistaa tai yhdistää johonkin toiseen osa-alueeseen? Tähän kohtaan tulee myös organisaatiokaavio (?)
5. Miten johtokunnan vastuujakoon päädyttiin?
6. Onko vastuujako ollut toimiva ja tasapuolinen? Onko kukaan kokenut omaa vastuualuettaan liian suureksi?
7. Onko olemassa uusia tehtäviä, joihin kaivattaisiin vastuuhenkilöitä?
8. Miten on varmistettu, että kaikissa ryhmissä tehdään pelisääntösopimukset lasten ja nuorten sekä vanhempien kanssa?
9. Miten ryhmiä autetaan onnistuneen pelisääntökeskustelun järjestämisessä?
10. Miten ongelmanratkaisupolku on syntynyt?
11. Onko ongelmanratkaisupolusta ollut hyötyä?
12. Kuka vastaa ohjaajien ja valmentajien toiminnasta?
13. Miten uusia ohjaajia perehdytetään ja koulutetaan?
14. Perehdytetäänkö uudet ohjaajat seuran toimintaan?
15. Miten uusia ohjaajia rekrytoidaan?
16. Miten ohjaajia ja valmentajia opastetaan ja tuetaan työssään?
17. Järjestetäänkö seurassa sisäistä koulutusta?

Kysymysten lähettämisen jälkeen sovimme uuden tapaamisen, jossa kävimme kysymykset läpi vapaasti keskustellen. Kysymyksessä ei ollut virallinen haastattelu, vaan kävimme kysymykset läpi ja esitin lisäkysymyksiä kun niitä tuli mieleen. Keskustelun päätteeksi minulla oli kattavat vastaukset kysymyksiini ja taas eväät jatkaa eteenpäin toimintalinjan parissa. Lisäkysymyksiä ja tarkennuksia esitin sähköpostilla. Kun sain ensimmäisen version valmiiksi, lähetin sen puheenjohtajalle ja talousvastaavalle kommentoitavaksi ja tein vielä heidän kommenttiansa perusteella pieniä korjauksia.

Viimeisessä tapaamisessamme sainkin jo palautetta valmiista toimintalinjasta, sitä käsitellen tarkemmin produktin arviointi -osiossa. Tämän jälkeen siirryimme suunnittelemaan esitteitä ja pohdimme miten toimintalinjan sisältöä voisi hyödyntää niissä, mitä jätetään

pois ja mitä tarvitaan lisää. Kuviossa 1 olen kuvannut toimintalinjan kokoamisprosessin etenemistä.



Kuvio 1. Prosessi

5.2 Toimintalinjan sisältö

Aloitin toimintalinjan kasaamisen tutustumalla Valo ry:n Urheiluseuran toimintalinja -työ-
vihkoon sekä lukemalla muiden urheiluseurojen toimintalinjoja. Huomasin muiden seuro-
jen toimintalinjoja lukiessani, että toteutustapoja oli varmasti yhtä monta kuin urheiluseuro-
jakin. Minulle oli annettu melko vapaat kädet toimintalinjan toteutukseen, joten päätin ot-
taa omaksi lähestymistavakseni perinteisemmän toimintaoppaan muodon.

Aloin hahmotella runkoa sisällysluettelolle työvihkoa apunani käyttäen, lisäsin joukkoon
osa-alueita ja alaotsikoita, jotka mielestäni tuntuivat merkityksellisiltä. Tämän jälkeen tu-
tustuin seuran Internet-sivuihin perusteellisesti ja kirjasin ylös, sieltä löytämäni vastaukset.
Esimerkiksi osio seuran toiminnan tavoitteet oli helppo koota seuran Internet-sivuja apuna
käyttäen, mutta lisäsin kuitenkin tähänkin osioon ryhmäkeskustelun pohjalta tietoa siitä,

miten tavoitteisiin pääsyä edistetään. Apunani minulla oli myös seuran ohjaajan käsikirja sekä Vihti-Gym pähkinäkuoressa -esite (jonka uusiminen oli siis myös osa tätä opinnäytetyötä).

5.2.1 Visio ja eettiset linjaukset

Lähdin miettimään seuralle sopivaa visiota kaiken lukemani perusteella, mitkä teemat toistuivat heidän viestinnässään. Tällaisia teemoja olivat: monipuolisuus (jokaiselle löytyy jotakin), terveys ja hyvinvointi sekä vihtiläisyys. Lisäksi seuran puheenjohtaja mainitsi hyvin tärkeäksi tavoitteeksi lasten sitouttamisen jumppaan niin, että he haluavat tulla ensi viikolla, ensi vuonna ja 10 vuoden päästäkin jumppaamaan (Kempas 25.11.2014).

Alkuperäinen visioehdotukseni kuului siis: ”Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n tavoitteena on tarjota monipuolista harraste- ja kuntoliikuntaa sekä kilpailu- ja valmennustoimintaa kaikenikäisille ympäri Vihtiä. Tavoitteena on liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen, joka löytää liikunnan ilon jo nuorella iällä niin, että hän haluaa palata jumppaan taas ensi viikolla, ensi vuonna ja vielä 10 vuoden päästäkin!” Ehdotukseni menikin läpi muilta osin, mutta ”ympäri Vihtiä” muutettiin muotoon ”vihtiläisille”. Tämä sen vuoksi, että seuran puheenjohtaja koki heidän tarjontansa keskittyvän lähinnä Nummelaan ja näin ollen juuri ”vihtiläisten” olevan kohderyhmää (Kempas 27.11.2014).

Eettiset linjaukset tuottivat minulle visiota enemmän päänvaivaa. Jälleen minulle oli annettu melko vapaat kädet miettiä, mitä ne voisivat olla. Olimme siis sopineet ennen tapaamistamme, että miettin ulkopuolisen silmin millaisia hyvät eettiset linjaukset olisivat ja johtokunnan edustajat miettivät niitä myös omalta osaltaan. Miettiessäni linjauksia tutustuin Valon Sinettiseurakriteereihin ja jälleen toimintalinja -työvihkoon, näiden pohjalta olin hahmotellut joitakin ajatuksia tapaamiseemme mennessä. Seuran puheenjohtaja ja talousvastaava olivat paljolti samoilla linjoilla, joten muotoilimme eettiset linjaukset yhdessä tapaamisen yhteydessä. Keskustelussamme erityisesti esiin nousi kierrätys, pienessä seurassa kun kaikki materiaalit kuten esiintymisasut, tapahtumien koristeet jne. käytetään moneen kertaan.

Eettiset linjaukset ovat moraalisia periaatteita, joille seuran toiminta perustuu. Eettisillä linjauksilla ilmaistaan tahtoa, mitä asioita juuri meidän seurassamme kunnioitetaan ja noudatetaan. Eettisten linjausten tulisi ohjata päätöksentekoa ja toimintaa. (Valo ry, Urheiluseuran Toimintalinja, 7.)

5.2.2 Seuran käytännötoimintaperiaatteet

Seuran käytännötoimintaperiaatteet oli yksi toimintalinjan suurimmista osa-alueista. Osittain sen toteuttaminen olikin hyvin helppoa, valmiista materiaaleista löytyi tieto jäsenmaksuista, jäseneduista sekä seuran tapahtumista. Pyrkimyksenäni oli yksinkertaistaa tietoa, joka löytyy seuran Internet-sivuilta ja tehdä siitä mahdollisimman helposti ymmärrettävää. Eniten aikaa meni viestintä -osion kirjoittamiseen, se on koottu lähes kokonaan ryhmäkeskustelun pohjalta. Viestintä -osiossa tavoitteena oli kuvata Vihti-Gymin viestintää jäsenilleen sekä ohjaajilleen. Millaisista asioista tiedotetaan? Kuinka usein? Missä kanavissa? Ja kenen toimesta?

5.2.3 Organisaatio

Organisaatio -osion suhteen päätimme heti, että toimintalinja -työvihossa mainittu organisaatiokaavio jää pois. Suuremmissa seuroissa on erilaisia toimikuntia ja jaostoja, mutta Vihti-Gymin ollessa hyvin pieni seura olisivat tasot olleet vain johtokunta – ohjaajat – jäsenet. Näin ollen organisaatio -osiossa kerrotaan vain miten johtokunnan vastuunjakoon on päädytty sekä vastuuhenkilöiden roolit.

5.2.4 Pelisäännöt

Pelisäännöt on toinen isompi kokonaisuus toimintalinjassa, sillä pelisääntöjen tekeminen on isossa osassa Valon Sinettiseurakriteereissä. Osioon on kerätty Vihti-Gymin yhteiset pelisäännöt ja huoltajien pelisäännöt sekä tietoa pelisääntökeskusteluista ja niiden tärkeydestä. Pelisääntöjen lisäksi Vihti-Gymillä on ongelmatilanteiden varalle ongelmanratkaisupolku, jonka esiin ottaminen oli mielestäni tärkeää tässä kohtaa. Lisäsin siis toimintalinjaan kohdan ongelmaratkaisupolun synnystä ja hyödyistä, joista olimme keskustelleet haastattelun yhteydessä sekä tietenkin itse ongelmanratkaisupolun.

5.2.5 Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen

Tähän osioon on kerätty tietoa ohjaajien koulutuksesta ja rekrytoinnista. Huomion arvoista on se, että kaikkien lastenohjaajien on käytävä sopiva koulutus ja koulutuksista pidetään seurantataulukkoa. Haastattelun yhteydessä keskustelimme myös uusien valmentajien rekrytoinnin vaikeudesta, toimintalinjasta löytyy nyt myös tieto siitä, miten seuraan voi haakeutua ohjaajaksi tai valmentajaksi.

6 Esitteiden suunnittelu ja toteutus

Koska toimintalinja toteutettiin niin nopeassa aikataulussa ja kaikki sitä varten keräämäni aineisto oli minulla jo olemassa, päätimme yhdessä Vihti-Gymin kanssa helmikuussa 2015, että toteutan heille vielä esitteen josta olimme jo aikaisemmin keskustelleet. Keskustelujen seurauksena päädyimme siihen että esitteitä tehdään kaksi, isompi ”Vihti-Gym Pähkinäkuoressa -esite”, joka on tiivistelmä toimintalinjasta sekä pienempi flyer-tyyppinen esite.

Alun keskustelujen jälkeen mietin miten tulisin toteuttamaan esitteet, en ole taittamisen tai graafisen suunnittelun asiantuntija eikä minulla ollut niistä aikaisempaa kokemusta. Koin kuitenkin, että toimeksiantaja hyötyisi työstäni eniten, mikäli toteuttaisin esitteet itse. Mikäli olisin laatinut pelkät käsikirjoitukset esitteistä, olisi suurin työ edelleen jäänyt toimeksiantajalle, eikä heilläkään ollut ammattilaisten resursseja käytettävissään. Päätin siis aikatauluni puitteissa tutustua esitteen tekoon ja toteuttaa sen itse. Tavoitteena ei siis ollut ammattitason tulos (vaikka siihen tietenkin pyrin) vaan käyttökelpoinen ja valmis esite, joka on myös ulkoasullisesti sellainen, että sen voi joko painattaa tai tarpeen vaatiessa myös tulostaa itse seuran toimistolla. Jälkimmäinen kriteeri vaikutti lähinnä esitteen kokoon, joksi valittiin A5 (eli A4 taitettuna puoliksi). Esitteissä käytettiin pääasiassa samoja tekstejä kuin toimintalinjassa, joten pystyin keskittymään niiden toteutuksessa lähemmin ulkoasuun.

Tapasin jälleen Vihti-Gymin puheenjohtajan ja talousvastaavan, joiden kanssa keskustelimme heidän toiveistaan ja odotuksistaan esitteille. Toiveena oli, että esitteissä käytettäisiin paljon kuvia ja mahdollisesti myös värejä. Kuvien tulisi edustaa kaikkia Vihti-Gymin liikuntamuotoja ja erityisesti sitä, että jokaiselle löytyy jotakin. Kuvissa tulisi siis olla niin miehiä kuin naitaki, eri-ikäisiä lapsia, kilpavoimistelijoiia ja cheerleadereita sekä kuvia perheliikunnasta. Vihti-Gymillä oli käytössään ”Vihti-Gym Pähkinäkuoressa” -esite, jota he kuvailivat toimintalinjan esiasteeksi. Se oli koottu nopeasti Sinettiseura auditointikäyntiä varten ja ajatuksena oli, että nyt näiden uusien esitteiden myötä se poistuisi käytöstä kokonaan. Tässä vanhassa esitteessä (kuva 2) oli käytetty hyvin vähän värejä ja kuviakin oli vain muutamia.



Kuva 2. Vanha Vihti-Gym pähkinänuoressa -esite (Lähde: Liikuntaseura Vihti-Gym ry)

Haastetta lisäsi se, että Vihti-Gymillä ei ollut olemassa minkäänlaisia graafisia ohjeita, joten minun piti aloittaa ihan puhtaalta pöydältä. Lähtöpisteenä oli siis Vihti-Gymin liiketunnus (kuva 3), joka on peräisin nimenvaihdoksen ajoilta 90-luvulta. Vuosien saatossa logon tarkka väri ja muut määrittelyt olivat hävinneet ja ohje värien käytön suhteen kuuluikin ”lähempänä lilaa kuin sinistä”. Ihan aluksi yritin siis määritellä logon värin Photoshopin avulla ja päädyin väriin RGB 75/34/232. Kun väri käännettiin CMYK – muotoon totesin sen olevan aivan liian sininen ja lopulliseksi väriksi päätyi RGB 75/61/145. Huomasin myös nopeasti, että liiketunnuksen kuvanlaatu ei ollut kovin hyvä, joten sitä ei voisi käyttää missään suurennoksena.



Kuva 3. Liikuntaseura Vihti-Gymin liiketunnus

Värin määrittelyn jälkeen seuraavana oli fontin valinta. Toiveina oli, että ei mielellään Arialia tai Times New Romania. Vihti-Gym Pähkinänuoressa -esitteessä oli käytetty fontina Verdanaa ja Vihti-Gymin puheenjohtaja mainitsi pitävänsä tästä fontista. Päädyinkin käyttämään esitteissä juuri tätä fonttia, sen selkeyden ja yksinkertaisuuden vuoksi. Esitteissä on selkeyden vuoksi käytetty vain yhtä fonttia ja sen korostuksia eli lihavointia ja kursivointia.

Sisältöä mietimme toimintalinjan pohjalta. Vihti-Gymin toiveena oli, että vaikka pidempi esite olisikin ns. toimintalinjan tiivistelmä, yksinkertaistettaisiin sen sisältöä silti hieman. Pois jäisi kaikista yksityiskohtaisimmat ja usein muuttuvat tiedot kuten jumpparyhmien tarkka erittely, jäsenmaksujen suuruus ja johtokunnan jäsenten nimet. Tämä mahdollistaisi sen, että esitettä ei tarvitse päivittää niin usein. Lyhyt esite koostuisi vain: kannesta, seuran lyhyestä esittelystä, yhteystiedoista sekä logoista ja kuvista.

Esitteiden tavoitteena on aktivoida harrastepuolta ja houkutella vapaaehtoisia ja talkoolaisia mukaan toimintaan. Esitteistä haluttiin houkuttelevia ja myyviä, mielellään tietenkin myös ammattimaisia. Niitä tultaisiin jakamaan niin seuran omissa tapahtumissa kuin muisakin tapahtumissa ja messuilla, joissa seura on edustettuna.

6.1 Banneri

Vihti-Gymissä on tulossa ajankohtaiseksi myös Internet-sivujen uusiminen, vaikka en opinnäytetyöni puitteissa tähän asiaan enää pystynytäkään pahemmin paneutumaan, lupasin tehdä joitain pieniä asioita sen eteen. Yksi tällainen asia oli bannerin suunnittelu. Ajatuksena oli, että banneria voisi käyttää esitteiden kansissa ja lisäksi myös Internet-sivujen header-osassa.

Bannerin suunnittelu tuntui hyvältä kohdalta aloittaa, sillä ammattikorkeakoulun verkko- viestinnän opintojaksolta minulla oli jonkinlaiset valmiudet Internet-sivujen headerin suunnitteluun. Toteutin bannerin Adoben Photoshopilla. Taustaväriksi kokeilin ensin seuran väriä eli lilaa, mutta totesin että sininen on tyylikkäämpi ja käytin lilaa vain tekstissä. Taustan siniseksi valikoitui RGB 36/104/181 liukuvärjättynä.

Selailin Vihti-Gymin kuvagalleriaa ja valitsin sieltä erityyppisiä kuvia, jotka edustivat mahdollisimman montaa lajia. Rajasin kuvista taustat pois Photoshopin avulla ja kokeilin erilaisia sommitteluja valitsemalleni taustalle. Vasempaan yläkulmaan laitoin seuran logon pienellä ja osan kuvista häivytin taustalle. Lisäsin banneriin myös lauseen ”liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen”. Rajatessani kuvia sain idean kuvasta jossa kaksi voimistelijaa pitelevät palloja vastakkain (kuva 4). Rajasin kuvasta toisen työstä ja muokkasin hänestä tumman siluetin, jonka sitten monistin myös peilikuvaksi. Siluettia käytin bannerin keskellä.



Kuva 4. Inspiraatio siluettiin ja valmiit siluetit

Lähetin ensimmäisen version (kuva 5) palautetta varten Vihti-Gymin puheenjohtajalle. Hän piti erityisesti muokkaamistani silueteista ja toivoikin niiden pääsevän enemmän esille bannerissa. Lisäksi banneria yksinkertaistettiin jättämällä logo kokonaan pois, samoin lisäämäni tunnuslause poistettiin ja kuvien paikkaa vielä muutettiin.



Kuva 5. Ensimmäinen versio bannerista

Tehtyäni nämä pienet muutokset banneriin, lähetin taas uuden version (kuva 6) seuran puheenjohtajalle. Hän ihastuikin siihen niin, että uusi banneri komeili seuran Internet-sivuilla jo parin tunnin sisällä siitä kun olin lähettänyt sen.



Kuva 6. Valmis banneri

6.2 Esitteet

Aloitin esitteiden suunnittelun ulkoasun miettimisestä, värit ja fontin olinkin jo valinnut. Kuten aiemmin totesin, oli seuran logo niin huonolaatuinen, että sitä voisi käyttää vain pienessä koossa. Mietin siis miten saisin kannesta houkuttelevan ja sellaiseen, että se kuvastaa seuraa. Halusin, että kannessa olisi muutakin kuin isolla tekstillä ”Liikuntaseura Vihti-Gym” ja sen alla pari kuvaa. Päätin muotoilla tekemistäni silueteista seuran logon teemaa mukailevan kuvan, jota käyttäisin kansikuvana (kuva 7). Muutin toisen silueteista lilaksi ja toisen valkoiseksi liloilla reunoilla. Kuvien väliin lisäsin seuran nimen ja laitoin kuvan ympyrän sisälle.



Kuva 7. Esitteen kannen kuva

Seuraavaksi tein pitkälle esitteelle käsikirjoituksen Power Pointin avulla. Hahmottelin mitä tulisi millekin sivulle ja mietin samalla mistä aiheista tarvitsisin lisää kuvia. Olin sopinut toimeksiantajani kanssa, että heidän ohjaajansa ottaisivat ryhmissään kuvia ja niitä lähetettäisiin minulle pitkin kevättä. Ensisijaisena kuvalähteenä minulla oli kuitenkin Vihti-Gymin kuvagalleria. Käsikirjoitukseen merkitsin kuville vain paikat. Tässä vaiheessa pääpaino oli tekstien miettimisessä. Muokkasin toimintalinjan sisällöistä lyhempiä testejä ja lisäksi yritin miettiä joka aukeamalle yhden myyntilauseen. Käsikirjoituksessa oli 16 sivua, mikä oli hyvin lähellä sitä mistä toimeksiantajan kanssa oli ollut puhekin. Esitteen pääotsikoiksi muotoutui:

- Esittely
- Eettiset linjaukset
- Seuran toiminnan tavoitteet
- Toimintamuodot

- Tapahtumat
- Jäsenmaksut
- Jäsenedut
- Ryhmiin ilmoittautuminen
- Organisaatio
- Liikuntaseura Vihti-Gymin seuran pelisäännöt
- Huoltajien pelisäännöt
- Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen
- Yhteystiedot

6.3 Taittotyö

Taittotyön tein käyttäen Adobe InDesign -ohjelmaa. Tämä ohjelma ei ollut minulle entuudestaan tuttu, joten alkuun aikaa menikin harjoitteluun, ohjeiden lukuun ja erilaisten tutorial -videoiden katseluun. Adobe Internet-sivuilla oli hyvin yksityiskohtaiset video-ohjeet kolmeen taitettavan esitteen tekoon, joten päätin aloittaa harjoittelun tekemällä ensimmäisen version näiden videoiden pohjalta. Tässä vaiheessa ei ollut tiedossa miten esitteet painettaisiin tai tulostettaisiinko ne itse, joten pyrin valitsemaan asetukset jotka kävisivät molempiin. Marginaaleja ja tarvittavia leikkausvaroja pitäisi siis vielä miettiä ja säätää, kun selviäisi miten esitteet painetaan.

Olimme sopineet, että esitteet olisivat A5 kokoa, joten kun ohjelman käyttö alkoi olla tuttua, tein toisen harjoituskappaleen tähän sovittuun kokoon. Kokeilin ohjelman erilaisia ominaisuuksia sekä erilaisia ulkoasuratkaisuja näihin harjoitusversioihin. Lopulta lähetin pari ehdotusta bannerin mukana Vihti-Gymin palautetta varten. Halusin kuulla heidän mielipiteensä, ennen kuin jatkoin oikeiden esitteiden pariin. Ehdotuksilleni näytettiin vihreää valoa ja ulkoasullisiin ratkaisuihini oltiin hyvin tyytyväisiä. Saatoin nyt siis aloittaa oikeiden esitteiden teon. Tässä vaiheessa lähetin myös Vihti-Gymin kyselyn siitä, miten he aiכוivat painaa esitteet, jotta saisin tehtyä kaikki asetukset kerralla oikein.

6.3.1 Pitkä A5 esite

Aloitin pitkän esitteen luomisen käsikirjoitukseni pohjalta luomalla suunnittelemani 16 sivuisen taittopohjan kokoon A5. Lisäsin esitteeseen marginaaleiksi sivuille ja alas 10 mm ja ylös 15 mm. Tämä ratkaisu oli aluksi silmämääräinen ja ajattelin, että marginaaleja voi tarpeen vaatiessa muokata myöhemmin. Olin tutustunut eri painotalojen leikkausvaravaati-
muksiin ja sen perusteella asetin leikkausvaraksi 3 mm. Tämä tuntui olevan hyvin yleinen vaatimus, joten sen pitäisi olla sopiva vaikka tässä vaiheessa ei vielä ollutkaan selvillä

missä esite painettaisiin, jos painettaisiin. Leikkausvara tarkoittaa sivun yli menevää aluetta. Mikäli työ sisältää väripintoja tai kuvia, jotka tulevat sivun reunaan asti, pitää ne vetää 3 mm sivun reunan yli (Erweko 2011).

Seuraavaksi loin tarvitsemi kappaletyylit ohjelmaan:

- otsikot: Verdana 12 pt,
- leipäteksti: Verdana 10 pt,
- nostot: Verdana italic 14 pt, valkoinen
- kursiivi: Verdana italic 10 pt.

Suunnitelmaani olin lisännyt joka aukeamalle yläreunaan lilan vaakapalkin ja vasempaan reunaan pystypalkin. Loin siis sivupohjan johon lisäsin nämä palkit, koska kyseessä oli painotuote, oli värit käännettävä tässä vaiheessa CMYK-muotoon. Käyttämäni Vihti-Gymn lila syntyi InDesign-ohjelman CMYK arvoilla 87 % syaania ja 78 % magentaa. Kaikki esitteessä käytetyt kuvat piti myös muuttaa CMYK väritilaan Photoshop-ohjelmalla, ennen niiden lisäämistä esitteeseen. Nämä väriasetukset tuottivatkin minulle varmasti eniten päänvaivaa koko projektissa.

Aluksi luomani palkit muistuttivat minusta liikaa Suomenlippua, joten siirtelin niiden paikkaa vielä vähän. Vasempaan palkkiin lisäsin alareunaan bannerissa käytetyn mustan siluetin. Lopuksi lisäsin sivupohjaan sivunumeroinnin alas keskelle, nyt sivupohjani oli valmis ja kaikki sivut kansia lukuun ottamatta näyttivät samalta. Etu- ja takakanteen lisäsin lilat palkit ylä- ja alareunaan. Etusivulle tuli lisäksi seuran tunnus ja suunnittelemani kansikuva, joka koki tässä kohtaa vielä pieniä muutoksia. Takasivulle lisäsin suunnittelemani bannerin, seuran yhteystiedot sekä seuran toiminnan kannalta tärkeitä logoja, kuten Sinetiseura -logon ja Suomen Voimisteluliiton -logon.

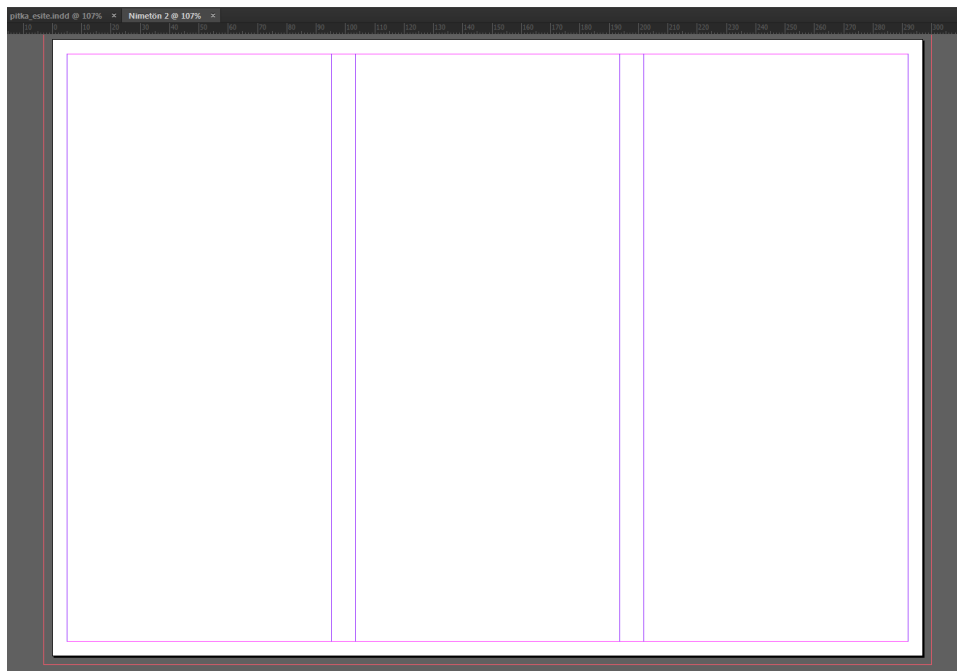
Kopioin käsikirjoitukseen kirjoittamani tekstit tekstitiedostoiksi, näin ne oli mahdollista liittää suoraan InDesigniin sijoita-toiminnolla. Kun tekstit alkoivat olla omilla sivuillaan, lisäsin lilaan yläpalkkiin miettimäni myyntilauseet ja tämän jälkeen rupesin lisäälemään Photoshopissa muokkaamiani kuvia sivuille. Lopuksi loin sivulle kolme, automaattisen sisällysluettelon InDesignin sisällysluettelo-toiminnolla.

Työn edetessä kokeilin printata esitteen ja huomasin, että valitsemani väri oli aivan sininen printattaessa, ei siis lähelläkään lilaa. Olin teoriaosaa tehdessäni lukenut, että värien kääntäminen RGB-muodosta CMYK-muotoon ei aina ole niin yksinkertaista, joten jouduin nyt miettimään väriä uudelleen. Vaikeus oli siinä, että vaikka jokin väri näyttäisi hyvältä tietokoneen näytöllä, se ei välttämättä näyttäisi yhtään samalta printattaessa. Toisaalta olin

kokeillut printtaamista halvalla kotiprintterillä, joten tulos voisi muuttua jo kun tulostus tehtäisiin paremmalla printterillä. Tarkoituksenani oli ollut, että esite olisi asetuksiltaan sellainen että sen voi painattaa jossain tai vaihtoehtoisesti printata itse. Nyt jouduin miettimään, pitäisikö minun tehdä joka esitteestä kaksi eri versiota, tämä tarkoittaisi kuitenkin sitä, että joutuisin tekemään kuusi esitettä kolmen (tässä vaiheessa lyhyitä esitteitä oli päätetty tehdä kaksi) sijaan. Päädyin siihen, että ainakin aluksi muokkasin vain värejä lähemmäksi lilaa ja muutaman tulostuskerran jälkeen uusi CMYK väri oli 85 % syaania ja 84 % magentaa. Päädyin tähän väriin ihan täysin kokeilun tuloksena, mutta silmääni se näytti olevan hyvin lähellä oikeaa logon väriä. Tarkistin värin vielä värikartasta.

6.3.2 Lyhyet esitteet

A4 esitteen ulkoasusta pidettiin Vihti-Gymissä kovasti, joten tästä esitteestä päätettiin tehdä painokelpoinen versio. Aloitin siis harjoitusversion pohjalta uuden esitteen luomisen. Tähän mennessä olin myös tutustunut eri painotalojen vaatimuksiin, jotta välttyisimme yllätyksiltä tulevaisuudessa. Loin A4 kokoisen kaksisivuisen taittopohjan (kuva 8) vaakatasoon. Lisäsin joka sivuun pienet 5 mm marginaalit ja leikkausvarat 3 mm. Sivulle loin kolme palstaa, sillä esite on tarkoitus taittaa kolmeen, palstojen väleihin jätin 8 mm välit, helpottamaan esitteen taittoa.



Kuva 8. Kolmepalstainen taittopohja

Käytin esitteessä samoja fontteja ja värejä kuin pitkässä esitteessäkin, joten niitä ei tarvinnut miettiä enää erikseen. Aloitin sommittelun kannesta eli oikeanpuoleisesta palstasta.

Siihen tuli suunnittelemani kansikuva, seuran visio ja kuva voimistelija tytöistä. Keskimäiseen palstaan eli takasivulle tuli vain logoja ja oikealle palstalle seuran yhteystiedot. Toiselle sivulle eli esitteen sisälle lisäsin lilat vaakapalkit ylä- ja alareunaan. Lopulta päädyin lisäämään samanlaiset palkit myös kanteen. Alempaa palkkia häivytti hieman niin, että se näytti vaaleammalta. Sisäsivulle keskimmaiselle palstalle, tiivistin seuran esittelyn pitkästä esitteestä.

Lyhyt A5 esite syntyi jo kahden valmiin esitteen pohjalta hyvin nopeasti. Ulkoasullisissa ratkaisuissa noudatin valitsemaani linjaa, mutta kevensin värimaailmaa vähän. Ajattelin, että esitteen printtaaminen itse olisi helpompaa, jos värejä ei olisi käytetty niin paljon. Esitteeseen tuli siis vain neljä sivua, kannet ja sisäaukeama. Sisäaukeamalle tuli seuran lyhyt esittely ja kuvia.

6.3.3 Esitteiden viimeistely ja palautus

Tallensin esitteet InDesign -ohjelmasta PDF-muotoon ennen niiden lähettämistä Vihti-Gymin puheenjohtajalle. Sain kaikista kolmesta esitteestä palautetta, jonka pohjalta tein vielä pieniä muutoksia esitteisiin. Vihti-Gymin puheenjohtaja oli huolissaan, että esitteiden kuvissa korostuu liikaa joukkuevoimistelu ja rytminen voimistelu. Cheerleading taas on tällä hetkellä eniten nuoria houkutteleva laji, joten sitä haluttiin korostaa enemmän. Muuten ulkoasu oli raikas ja tekstit toimivia. (Kempas 12.3.2015.) Vaihdoin toivotut kuvat ja tallensin esitteet uudelleen. Loppujen lopuksi muutoksia tuli yllättävän vähän.

Muutosten jälkeen, toimeksiantaja oli tyytyväinen esitteisiin. Tarkistin vielä kaikki asetukset ja tallensin kaikista esitteistä kaksi erilaista PDF-tiedostoa. Tein kaikista esitteistä painokelpoiset versiot, joissa on 3 mm leikkausvarat, jotka ovat nähtävissä liitteessä 3. Lisäksi tallensin esitteet ilman leikkausvaroja (liitteet 4 ja 5), jotta toimeksiantaja voi halutessaan printata niitä itse. Painotavan valinta ja aineiston painoon toimittaminen jää siis toimeksiantajan itsensä hoidettavaksi.

7 Pohdinta ja arviointi

Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuutena hyvin opettavainen kokemus. En tosin olisi viime syksynä arvannut, että työ tulee painottumaan näin suuresti graafiseen suunnitteluun. Olen kuitenkin iloinen, että olen päässyt harjoittelemaan niin monen ohjelman käyttöä ja uskon, että tästä kokemuksesta tulee olemaan minulle myös hyötyä tulevaisuudessa työelämässä. Oli hieno huomata, että kaikki tekemäni otettiin niin suurella ilolla vastaan toimeksiantajan puolelta.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui ongelmitta ja sain aina kysymyksiini nopeasti ja kattavasti vastaukset. Työskentely heidän kanssaan oli siis helppoa ja tapaamisia sovittiin aina tarpeen vaatiessa. Alun perin olin ajatellut, että opinnäytetyöni tulisi keskittymään lähinnä toimintalinjaan ja esite syntyisi lähinnä sivutuotteena. Näin ei kuitenkaan käynyt. Olen tyytyväinen, että päätin lisätä työhöni toisen teorialuvun (luku 4), sillä ilman sitä esitteiden toteutus olisi ollut lähes mahdotonta. Perehdyttyäni hyvin teoriaan, oli toteutus edelleen haastavaa ja aikaa vievää, mutta samalla hyvin mielenkiintoista ja mahdollista.

Työni tavoitteena oli luoda toimeksiantajalle heidän tarpeitaan vastaavat viestintätyökalut. Toimintalinjasta löytyy mielestäni hyvin kaikki tarvittava tieto seurasta ja uskon sen olevan hyödyllinen, niin uusille kuin vanhoillekin jäsenille. Käytin hyväkseni paljon jo olemassa olevaa tietoa, jota vain muokkasin ja tiivistin. Lisäksi haastattelujen avulla pääsin syventämään joitain osa-alueita. Esitteiden tekstit oli helppo muokata toimintalinjan pohjalta, tavoitteenani oli vain yksinkertaistaa ja selkeyttää niitä. Esitteiden teossa keskityin lähinnä ulkoasuun.

7.1 Toimintalinjan arviointi

Olen tyytyväinen toimintalinjaan kokonaisuutena, uskon että se palvelee toimeksiantajan käyttötarkoitusta. Mikäli aikaa olisi ollut enemmän, olisi toimintalinjan toteutukseen voitu ottaa mukaan useampia tahoja. Aluksi mietinkin ohjaajien haastatteleminen tai kyselyn teettämistä jollekin jäsenryhmälle, nämä kuitenkin osoittautuivat mahdottomiksi toteuttaa tällä aikataululla. Tulevaisuudessa, kun toimintalinjaa päivitetään, voisi Vihti-Gym kuitenkin harkita tätä. Mitä useampi taho on mukana miettimässä toimintalinjan sisältöä, sitä useampaa käyttötarkoitusta se palvelee.

Toimintalinja palautettiin Suomen Voimisteluliittoon tammikuussa 2015. Voimisteluliiton palaute (16.1.2015) kuului: ”Toimintalinja on oikein kattava, perusteellinen ja kaikin puolin hyvin selkeä ja onnistunut. Jatkossa voitte halutessanne poistaa toimintalinjasta mm. jä-

sen- ja vuosimaksun suuruuden, johtokunnan jäsenten nimet ja ryhmien nimet. Tällöin toimintalinjan päivittämistä ei välttämättä tarvitse tehdä ihan joka vuosi.” Eli tulevaisuudessa kun Vihti-Gym päivittää toimintalinjaansa, voivat he yksinkertaistaa sen sisältöä. Sain kuitenkin Vihti-Gymin johtokunnalta palautetta, että on hyvä että toimintalinja on nyt ensimmäisellä kerralla laadittu näin kattavasti, tulevaisuudessa on helppo jättää siis osa-alueita pois.

Toimintalinja eroaa ulkoasultaan tekemistäni esitteistä. Mikäli olisin toteuttanut kaikki opin- näytetyön osa-alueet rinnakkain, olisin tietenkin tehnyt kaikista osista visuaalisesti yhtenäiset. Fontin vaihtaminen ei ole kovin iso homma, joten Vihti-Gym voi halutessaan helposti päivittää toimintalinjan vastaamaan seuran muuta visuaalista linjaa.

Toimintalinja edustaa sekä viestinnän operatiivista että strategista suunnittelua. Teoriaosan sivuilla 6 - 9 on kerrottu viestinnän tavoitteista ja suunnittelusta. Toimintalinjasta löytyy seuran visio sekä toiminnan tavoitteet, näiden pääpaino on tulevaisuudessa, joten ne edustavat selvimmin viestinnän strategisen suunnittelun puolta. Yhteisön strategia pohjautuu visioon, joka on näkemys yhteisön tulevaisuudesta. Vihti-Gymillä ei ollut entuudestaan visiota, joten sen muotoilu oli osa toimintalinjan toteutusta. Vihti-Gymin visiossa on määritelty onnistuneesti se, miten he haluavat tulla nähdyksi toimintaympäristössään.

Toimintalinja on selvemmin sisäistä viestintää, sillä sen sisältö on suunnattu ennen kaikkea jäsenille. Tosin toimintalinja toimii myös ulkoisen viestinnän välineenä, mikäli jokin taho haluaa tutustua perusteellisemmin seuraan. Näkisin kuitenkin toimintalinjan enemmän sisäisen viestinnän välineenä ja esitteet ulkoisen viestinnän välineinä. Sivuilla 11 - 12 on esitelty hyvää sisäistä viestintää seuratoiminnassa.

Sivulla 26 on kerrottu Valo ry:n toimintalinjalle asettamia vaatimuksia. Toimintalinjan tulee selvittää jäsenille tai muille seuran toiminnasta kiinnostuneille, miksi seura on olemassa ja minkälaisille arvoille sen toiminta perustuu, miten seurassa hoidetaan käytännönasioita ja mitä palveluja seura tarjoaa. Tärkeäksi osaksi toimintalinjaa mainitaan myös siitä viestiminen. Vihti-Gymin toimintalinja täyttää sisällöllisesti nämä vaatimukset, jäseniä ja ohjaajia on informoitu toimintalinjan olemassaolosta ja valmis toimintalinja on kaikkien luettavissa seuran Internet-sivuilla.

7.2 Esitteiden arviointi

Alun perin tarkoituksena oli toteuttaa vain yksi tai maksimissaan kaksi esitettä, mutta lopulta määrä paisui jopa kolmeen. Uskon kuitenkin, että päätös tehdä useampi esite oli

hyvä ja palvelee toimeksiantajan tarpeita. Jokaisella esitteellä on oma käyttötarkoituksensa ja toimeksiantaja voi valita aina tilanteeseen parhaiten sopivan esitteen. Lyhyt A4 esite on suunniteltu niin, että sitä voi painattaa. Lyhyestä A5 esitteestä taas löytyy kaikki sama tieto, mutta se on asetuksiltaan sellainen, että sitä on helpompi printata itse. Pitkä esite on tiivistelmä toimintalinjasta ja sisältää tärkeimmät tiedot seurasta.

Luvussa 4 sivulla 18 on esitelty Ropen (2002, 208 – 209) mukaan hyvän esitteen ominaisuuksia. Vihti-Gymin esitteet täyttävät ainakin seuraavat kriteerit:

- Esitteet ovat ulkoasultaan niin ammattimaiset, kuin näillä resursseilla oli mahdollista. Sivulla 18 – 25 käsitellään visuaalista viestintää, tämä teoria on toiminut pohjana esitteiden tekniselle toteutukselle ja edistänyt siten esitteiden ulkoasun ammattimaisuutta.
- Kuvia on käytetty paljon ja niissä on ihmisiä ja toimintaa. Yritin valita kuvia mahdollisimman monipuolisesti kaikista Vihti-Gymin toimintamuodoista.
- Toimintalinjan tiedoista karsittiin kaikista yksityiskohtaisimmat tiedot, näin ollen esitteitä ei tarvitse päivittää yhtä usein, joten esitteet ovat ajattomia.

Parannettavaa löytyy tietenkin aina. Mikäli aikaa olisi ollut loputtomasti, olisin voinut opetella ohjelmien käyttöä vielä pidemmälle ja toteuttaa teknisesti haastavampia ulkoasullisia ratkaisuja.

Lähteet

Adobe Press. 1999. Julkaisijan käsikirja. IT Press. Jyväskylä.

Bergstöm, S. & Leppänen, A. 2013. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. – 15. painos. Edita. Helsinki.

Erweko 2011. Tulostusvalmis taittotiedosto.

Luettavissa: <http://www.erweko.fi/assets/files/tulostusvalmistaittotiedosto.pdf>. Luettu: 23.3.2015

Huovila, T. 2006. ”look” Visuaalista viestisi. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Infor Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2009a. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Infor Oy. Helsinki.

Juholin, E. 2009b. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. WSOYpro. Helsinki.

Kamensky, M. 2000. Strateginen johtaminen. Kauppakaari. Helsinki.

Kempas, A. 25.11.2014. Puheenjohtaja. Liikuntaseura Vihti-Gym ry. Sähköposti.

Kempas, A. 27.11.2014. Puheenjohtaja. Liikuntaseura Vihti-Gym ry. Sähköposti.

Kempas, A. 12.3.2015. Puheenjohtaja. Liikuntaseura Vihti-Gym ry. Sähköposti.

Korpiola, L. 2011. Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Infor. Kuopio.

Liikuntaseura Vihti-Gym ry a. Seuran tiedot. Luettavissa: <http://www.vihti-gym.fi/seuran-tiedot/>. Luettu 7.2.2015.

Liikuntaseura Vihti-Gym ry b. Sinettiseura. Luettavissa: <http://www.vihti-gym.fi/seuran-tiedot/sinettiseura/>. Luettu: 7.2.2015.

Lindroos, J-E. & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. WSOY. Juva.

Loimu, K. 2012. Yhdistystoiminnan käsikirja. 5. uudistettu painos. Sanoma Pro Oy. Helsinki.

Loiri, P. & Juholin, E. 2006. Huom! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 2. painos. Inforviestintä Oy. Helsinki.

Nieminen, T., 2004. Visuaalinen markkinointi. 1. painos. WSOY. Porvoo.

Ojanen, A. 2003. Tiedota tehokkaasti. Opas mediasuhteisiin. Edita. Helsinki.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. Docendo. Porvoo.

ProCom. 2012. Kohti vuotta 2020 – strategista viestintää ja leimahtavia julkisuuksia. Luettavissa: <http://procom.fi/viestintaala/ohjeet-ja-periaatteet/yhteisoviestinnan-periaatteet/>. Luettu: 14.5.2015.

Rope, T. 2002. Yrittäjän Markkinointikirja. Tietosykli Oy. Hämeenlinna.

Seuratoiminnan viestintäopas. Luettavissa: http://www.susel.fi/pdf/viestintaopas_seuratoimijoille.pdf. Luettu: 19.2.2015.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Tietosanoma. Helsinki.

Suomen Voimisteluliitto. 16.1.2015. Sähköposti.

Toikkanen, R. 2003. Tyylikäs julkaisu. Painotyön ja verkkosivujen suunnittelu ja toteutus. Edita. Helsinki.

Tuomi, L. & Sumkin T. 2010. Strategia arjessa – oivalluksia organisaation uudistajille. Talentum Media Oy.

Valo, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. 2012. Sinettiseura. Lupaus laadusta urheilevan lapsen ja nuoren parhaaksi. Luettavissa: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTMvMTEvMDQvMTRfMzFf-MTJfMjQzX1NpbmV0dGlzZXVyYV9lc2I0ZV8yMDEyLnBkZiJdXQ/Sinettiseura_esite_2012.pdf. Luettu: 7.2.2015.

Valo, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. 2015a. Sinettiseurat. Luettavissa: <http://www.sport.fi/urheiluseura/sinettiseurat>. Luettu: 7.2.2015.

Valo, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. 2015b. Sinettiseurat lajeittain. Luettavissa: <http://www.sport.fi/urheiluseura/sinettiseurat/sinettiseurat-lajeittain>. Luettu: 7.2.2015.

Valo, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. Urheiluseuran Toimintalinja. Luettavissa: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTMvMTEvMDQvMTRf-MTVfMTRfMTIxX1NpbmV0dGlzZXVyYXRfVXJoZWlscXNldXJhbi9fdG9pbWludGFsaW5qYS5wZGYiXV0/Sinettiseurat_Urheiluseuran%20_toimintalinja.pdf. Luettu: 7.2.2015.

Valo, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. 2014. Urheiluseuran viestintäopas. Luettavissa: http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTQvMTEvMjc0MDdfNDhfMTIfMTkxX1ZpZXN0aW50YW9wYXNfbG93LnBkZiJdXQ/Viestintaopas_low.pdf. Luettu: 19.2.2015.

Liitteet

Liite 1. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n Toimintalinja



Liikuntaseura Vihti-Gym ry

Toimintalinja



Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

Anni Teivastenaho

Sisällys

1	Mikä on Toimintalinja?.....	1
2	Seuran esittely	2
2.1	Seuran visio	3
2.2	Seuran eettiset linjaukset	3
3	Seuran toiminnan tavoitteet.....	4
4	Seuran toimintaperiaatteet	6
4.1	Jäsenmaksut.....	6
4.2	Jäsenedut	7
4.3	Ryhmiin ilmoittautuminen	7
4.4	Seuran tapahtumat	8
4.5	Viestintä	11
4.5.1	Yhteystiedot	12
4.6	Organisointi.....	12
5	Organisaatio ja vastuuhenkilöt	13
5.1	Vastuuhenkilöiden roolit	14
6	Ryhmien ja joukkueiden pelisäännöt	15
6.1	Liikuntaseura Vihti-Gymin seuran pelisäännöt	15
6.2	Huoltajien pelisäännöt.....	15
6.3	Ongelmanratkaisupolku	16
6.3.1	Harraste- ja tanssiryhmien ongelmanratkaisupolku	16
7	Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen.....	17
8	Toimintamuodot	18
8.1	Harrasteryhmät	18
8.2	Valmennusryhmät	21

Vihti-Gymin toimintalinjan on koonnut Anni Teivastenaho

1 Mikä on Toimintalinja?

Liikuntaseura Vihti Gym ry:n toimintalinja on laadittu selkeyttämään seuran toimintaa. Toimintalinjan tavoitteena on selvittää jäsenille, ohjaajille ja muille seuran toiminnasta kiinnostuneille, miksi seura on olemassa ja minkälaisille arvoille sen toiminta perustuu. Toimintalinjasta selviää, miten seurassa hoidetaan käytännönasioita ja mitä palveluja seura tarjoaa. Toimintalinja toimii erityisen hyvin tietopakettina uusille seuran toimintaan tutustuville henkilöille.

Toimintalinja on laadittu Valon urheiluseuran toimintalinja – ohjeistusten mukaisesti, sillä tämä toimintalinja on osa Valon Sinettiseuran Sinettikriteereitä, joita kaikkien Sinettiseurojen tulee noudattaa. Vihti-Gym on saanut Valon Sinettiseuran arvon toimivasta lasten- ja nuorten harrastetoiminnasta jo kuusi kertaa, viimeksi syksyllä 2014. Sinettiseurat ovat aktiivisia ja kehityshaluisia seuroja, usein lajiensa ja paikkakuntiansa parhaita. Sinetin saaminen on seuralle kunnia-asia joka tuo mukanaan vastuuta, Sinetti on lupaus laadusta.



2 Seuran esittely

Liikuntaseura Vihti-Gym ry perustettiin nimellä Vihdin Naisvoimistelijat vuonna 1976 Varpu Joenrinteen toimesta. Ensimmäisenä vuonna toimintaan osallistui yli 400 jäsentä, vuosittainen jäsenmaksu oli tuolloin vain muutaman markan ja kaikki ohjaajat ohjasivat palkatta. Vihti-Gymin lähes 40 toimintavuoden aikana seura on kasvanut yli 800 jäsenen seuraksi. Seuran alkuperäisenä tarkoituksena oli tarjota voimistelukerhoja tytöille ja naisille Vihdin alueella, vuonna 1994 tapahtuneen nimenmuutoksen seurauksena Vihdin Naisvoimisteli-joista tuli Liikuntaseura Vihti-Gym ry ja tarjontaa laajennettiin myös miehille ja pojille. Liikuntamuotojen kehittyminen ja liikunnan muoti-ilmiöt ovat muokanneet ja laajentaneet Vihti-Gymin jumppatarjontaa vuosien varrella. Seuran tavoitteena on vastata ajan haasteisiin ja tarjota monipuolista liikuntaa vihtiläisille, periaatteella vauvasta vaariin ja jokaiselle jotakin.

Vihti-Gym on yksi Suomen Voimisteluliiton jäsenseuroista. Seura on historiansa aikana saanut Sinettiseuran arvon lisäksi monia muitakin tunnustuksia ja palkintoja seuratyös-
tään, vuonna 1997 seura sai Svolin historian ensimmäisen Tähtiseura-palkinnon ja vuo-
sina 2008 ja 2011 Vihti-Gym on saanut PRIIMA-aikuisliikunnan laatuseura-sertifikaatin.



Seuran puheenjohtaja Anne Kempas yhdessä seuran ensimmäisen puheenjohtajan Varpu Joenrinteen kanssa keväällä 2014.

Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

2.1 Seuran visio

Vihti-Gym on halunnut ottaa visiossaan huomioon tärkeimpiä tavoitteitaan sekä liikunnan ilon tuomisen lapsille ja nuorille. Liikuntaseura Vihti-Gym haluaa viestiä visiollaan seuraavia asioita seuran toiminnasta:

- monipuolisuus
- jokaiselle jotakin
- terveys ja hyvinvointi
- lasten ja nuorten innostaminen liikkumaan

”Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n tavoitteena on tarjota monipuolista harraste- ja kuntoliikuntaa sekä kilpailu- ja valmennustoimintaa kaikenikäisille vihtiläisille. Tavoitteena on liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen, joka löytää liikunnan ilon jo nuorella iällä niin, että hän haluaa palata jumppaan taas ensi viikolla, ensi vuonna ja vielä 10 vuoden päästäkin!”

2.2 Seuran eettiset linjaukset

- Kaikilla on yhtäläiset mahdollisuudet harrastaa liikuntaa taitotasostaan riippumatta.
- Kaikkia kannustetaan, innostetaan ja kohdellaan tasapuolisesti.
- Kierrätys: tapahtumien materiaalit ja asut kierrätetään moneen kertaan.
- Urheilullisiin ja terveisiin elämäntapoihin kannustetaan.
- Avoin, positiivinen ja kannustava ilmapiiri harrastaa ja toimia.
- Hyvän esimerkin näyttäminen lapsille ja nuorille.



3 Seuran toiminnan tavoitteet

"Liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen!"



Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

1. Sekä harraste- että kilpailutoimintaa
 - Vihti-Gym tarjoaa niin harraste- ja kuntoliikuntaa kuin kilpailu- ja valmennustoimintaaakin kaikenikäisille vihtiläisille.
 - Tarjolla on monimuotoista voimistelu- ja liikuntatoimintaa kaikille halukkaille sekä muita seuratoiminnan muotoja.
2. Vapaaehtoisuus
 - Seura toimii vapaaehtoisvoimin.
 - Seuran toimijoita muistetaan ja kiitetään.
3. Avoimuus
 - Seurassa on avoin ja myönteinen ilmapiiri uusille tuulille niin voimistelun kuin yhdistystoiminnankin parissa.
4. Aktiivisuus
 - Seuralla on aktiivinen johtokunta ja toimisto sekä ajantasaiset internet- ja Facebook-sivut.
 - Seuran toimijoita tiedotetaan säännöllisesti.
5. Koulutetut ohjaajat ja valmentajat
 - Ohjaajia ja valmentajia koulutetaan aktiivisesti.
 - Uusia ohjaajia ja valmentajia rekrytoidaan kokoajan.
6. Eettisyys ja kasvatuksellisuus

- Eettiset säännöt ja kasvatukselliset näkökulmat ovat mukana seuran toiminnassa kaikilla tasoilla.

7. Pelisäännöt

- Kaikissa lasten- ja nuortenryhmissä on sovittu pelisäännöistä ryhmäkohtaisesti, lisäksi alle 16-vuotiaiden ryhmissä on sovittu pelisäännöistä myös vanhempien kanssa.

8. Sinettitoiminta

- Seura on sitoutunut Valon sinettitoimintaan ja noudattamaan sinettisääntöjä.

Seura tarkkailee tavoitteisiinsa pääsyä säännöllisesti. Johtokunnan kokouksissa keskustellaan ahkerasti asioista ja myös kentältä tuleva palaute otetaan huomioon keskusteluissa. Johtokunta järjestää kesällä suunnittelupäivän, jossa uusi ja vanha johtokunta kohtaavat ja keskustelevat menneestä ja tulevasta, painopiste on kuitenkin aina tulevassa ja mennyttä kautta sivutaan lähinnä parannusehdotusten muodossa.

Vihti-Gymin tavoitteena on tarjota jokaiselle jotakin vauvasta vaariin, aikatauluja ja tarjontaa pyritäänkin jatkuvasti muokkaamaan monipuolisemmiksi. Aikatauluissa pyritään huomioimaan se, että mahdollisimman moni pääsisi paikalle. Aikuisten jummat alkavat pääsääntöisesti vasta kello 17 jälkeen ja lastenryhmissä on otettu huomioon lasten mahdollinen kuljetuksen tarve, vanhemmat lapset voivat jo etäisyyksistä riippuen kulkea yksinkin jumppaan. Ohjaajien koulutuksista pidetään kirjaa, kaikkien lastenohjaajien on käytävä koulutus. Pelisääntöjen tärkeyttä painotetaan ohjaajille ohjaajatapaamisissa ja ongelmatilanteissa ikäryhmävastaava käy ryhmässä rauhoittamassa tilannetta.



Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

4 Seuran toimintaperiaatteet

4.1 Jäsenmaksut

Vihti-Gymin jäsenmaksu koostuu jäsen- ja vuosimaksusta. Jäsenmaksu kattaa seuran hallinnolliset kulut kuten toimistopalvelut ja vuosimaksu kattaa ohjaajien koulutuksen, matkakulut ja mahdolliset palkkiot sekä salimaksun. Maksettuaan jäsen- ja vuosimaksun, jäsen saa osallistua kaikkiin oman ikäryhmänsä jumppiin koko syys- ja kevätkauden ajan syyskuusta toukokuuhun, joogaa ja hydrobiciä lukuun ottamatta, joihin on lisäksi erillismaksu. Kesällä järjestettävä kesäjumppa on kaikille avoin.

Maksettuaan jäsen- ja vuosimaksun sekä mahdolliset erillismaksut, jumppari saa jäsenkortin, joka on pidettävä mukana aina jumppaan tultaessa. Jumpparyhmää on mahdollista kokeilla kaksi kertaa ennen laskun maksamista.

Ikäryhmä	Syntymävuosi	Jäsenmaksu	Vuosimaksu	Yhteensä
0-6-vuotiaat	2008 ja sen jälkeen syntyneet	25 €	40 €	65 €
7-19-vuotiaat	1995–2007	25 €	50 €	75 €
Aikuiset	1994 ja sitä ennen syntyneet	25 €	100 €	125 €
Eläkeläiset		25 €	40 €	65 €
*Perheliikunta	Aikuinen	25 €	0 €	100 €
	Lapsi	25 €	40 €	
	Välinemaksu	10 €		

*Perheliikunnan erikoismaksu 100 € oikeuttaa yhden aikuisen ja yhden lapsen osallistumisen perheliikuntaan, perheen tilanteesta riippuen voi lapsen kanssa ryhmässä käydä eri kerroilla eri aikuinen. Erikoismaksu koostuu aikuisen jäsenmaksusta (25 €) sekä lapsen jäsen- ja kausimaksuista (yht. 65 €) sekä välinemaksusta (10 €). Mikäli aikuisen kanssa ryhmään tulee useampi lapsi, tulee jokaisesta lapsesta maksaa oma jäsen- ja kausimaksu. Jos perheestä useampi lapsi käy ryhmässä ja myös aikuisia on useampi kerrallaan, kaikki aikuiset maksavat jäsenmaksunsa. Mikäli aikuinen haluaa osallistua perheliikunnan lisäksi muihin ryhmiin, tulee hänen maksaa aikuisen kausimaksu. Lapsi sen sijaan voi osallistua niihin omalle ikäryhmälleen sopiviin jumppiin, joihin hänet on ilmoitettu.

Erillismaksut				
Seuraavissa ryhmissä on lisäksi erillismaksu, jolla katetaan jumppien välinehankinnat ja ohjaajien kouluttaminen				
Ryhmä	Jäsen-ja vuosi-maksu yht.	Erillismaksu	Yhteensä	
Perheliikunta	90 €	10 €	100 €	Huom. Väline-maksu sisältää uimahallimaksun.
Hydrobic	125 €	60 € syksy ja 60 € kevät	245 €	
Aikuisten Jooga	125 €	20 € syksy ja 20 € kevät	165 €	
Lapsi-jooga	75 €	20 € syksy ja 20 € kevät	115 €	

4.2 Jäsenedut

Kauden alussa ohjaajat jakavat jumppareille jäsenkortit. Jäsenkortti ei toimi vain avaimena niihin jumppiin joihin jäsen on onnistuneesti ilmoittautunut, vaan sillä saa lisäksi etuja seuran yhteistyökumppaneilta. Kortissa tulee olla Voimisteluliiton oikeanvärinen vuositarra.

Vihti-Gymin kaikkien jäsenten yhteistyökumppaneita ovat Intersport Nummela ja Kehys- ja taideliike & kehystämö Artway. Jäsenkorttia näyttämällä Vihti-Gymin jäsen saa tuotteista 15 % alennuksen. Pysyvien jäsenetujen lisäksi, Vihti-Gym neuvottelee yhteistyökumppaneidensa kanssa kampanjajäsenetuja. Lisäksi kaikki Suomen Voimisteluliiton neuvottelemat jäsenedut ovat myös Vihti-Gymin jäsenten käytettävissä. Lisätietoa näistä eduista löytyy osoitteesta www.voimistelu.fi.

4.3 Ryhmiin ilmoittautuminen

Kaikkiin harrasteryhmiin ilmoittaudutaan internetin kautta, lukuun ottamatta Ikivereitä jonne voi ilmoittautua myös paperilomakkeella ensimmäisellä jumppakerralla. Voidakseen ilmoittautua tulee jumpparin olla seuran rekisteröitynyt jäsen, tällöin hänellä on käytössään tunnukset joilla kirjautua sisään. Käyttäjätunnus on aina oma sähköpostiosoite ja unohtuneen salasanan voi pyytää uudelleen jäsenrekisteriohjelmassa.

Uuden jäsenen tulee rekisteröityä käyttäjäksi ennen ilmoittautumista. Rekisteröityminen tapahtuu täyttämällä henkilötietonsa internetissä olevaan lomakkeeseen. Tietojen täyttämisen jälkeen ruudulle tulee käyttäjätunnus ja salasana joiden avulla voi kirjautua sähköiseen ilmoittautumispalveluun. Vanhemmat voivat rekisteröidä omien tietojensa alle omat tiedot -sivulla useita alakäyttäjiä. Tällöin he voivat ilmoittaa myös lapsensa ryhmiin valitsemalla ilmoittautumissivulla pudotusvalikosta ilmoitettavan lapsen nimen. Ilmoittautumispalvelu neuvoa miten edetä ilmoittautumisessa ja ohjeita tulee seurata tarkasti jotta ilmoittautuminen onnistuisi.

4.4 Seuran tapahtumat

Joulujuhla

Syyskauden päätteeksi Vihti-Gym järjestää joulunäytöksen, jossa lähinnä lastenryhmillä on mahdollisuus esittää syksyn aikana oppimaansa. Joulujuhlan esitykset edustavat kaikkia Vihti-Gymin lajeja. Joulujuhlassa on myös buffet ja arpajaiset.



Kevätkimara

Vihti-Gymin kausi huipentuu joka vuosi toukokuussa järjestettävään keväänäytökseen eli Kevätkimaraan. Tapahtuma on kaikille halukkaille jumppareille avoin. Lasten harrasteryhmät esittävät ohjelman, joka koostuu kauden aikana opituista liikkeistä ja valmennusryhmät esittävät yleensä kilpailuohjelmansa. Ennen Kevätkimaraa järjestetään kenraaliharjoitus, jossa jumppareilla on myös mahdollisuus nähdä toistensa esityksiä. Kevätkimarassa on yleensä kaksi näytöstä, joista ryhmät voivat esiintyä joko toisessa tai molemmissa.



Perheliikunta Kevätkimarassa 2014

Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

Kisakatselmus

Kisakatselmuksessa joukkuevoimistelun ja rytmisen voimistelun valmennusryhmät esittävät kevään kilpaohjelmansa tuomareille joilta he saavat arvokasta palautetta jatkoa ajatellen. Päivän päätteeksi ryhmät esittävät ohjelmansa vanhemmille ja muille kannustusjoukoille.

Kilpailut

Vihti-Gym järjestää aktiivisesti erilaisia kilpailuja ja tapahtumia.



Hiiden Asema 2014

Lasten kesäleiri

Vihti-Gym on järjestänyt useampana kesänä voimistelullisen kesäleirin joukkuevoimistelun valmennusryhmissä oleville tytöille sekä erikseen Cheerleading kesäleirin. Kesäleirit muotoutuvat kysynnän mukaan, mutta tavoitteena on järjestää aina kaksi erillistä leiriä.



Voimisteluliiton suur tapahtumat

Vihti-Gym osallistuu innokkaasti Voimisteluliiton järjestämiin suur tapahtumiin ja organisoii jäsentensä osallistumisen. Kesällä 2013 Vihti-Gymistä osallistui 95 henkilöä Sun Lahti – tapahtumaan. Vihti-Gym osallistuu innokkaasti Gymnaestrada – tapahtumiin.



4.5 Viestintä

Seuralla on internet-sivut, www.vihti-gym.fi, joita jäsenistö seuraa säännöllisesti. Sivujen päivittäminen on seuran puheenjohtajan vastuulla ja hän päivittääkin sinne jotain lähes päivittäin. Esimerkiksi tieto jumpan peruuntumisesta tulee pääasiassa internet- sivuille, lisäksi isommille ryhmille lähetetään tieto sähköpostilla ja pienille ryhmille tekstiviestillä, jumppapaikalle viedään myös vanhanaikaisesti lappu oveen. Vihti-Gym tiedottaa jäseniään toiminnastaan myös lehti ilmoituksilla paikallislehdissä, tiedotettavia asioita ovat mm. tulossa olevat kampanjat, kuten Nenäpäivä ja 4.1.2015 tulossa oleva kinkunsulatusmaraton.

Jäsenistölle lähetetään jäsenkirjeitä 1 – 3 kertaa vuodessa jäsenrekisterin kautta sähköpostilla. Seuralla on oma sähköpostiosoite, vihti-gym@elisanet.fi, jonne varsinkin harrasteryhmäläiset lähettävät aktiivisesti kysymyksiään. Sähköposteihin vastaaminen on seuran talousvastaavan vastuulla. Internet-sivujen kautta on mahdollista lähettää palautetta (myös nimettömänä) nämä palautteet ohjautuvat suoraan seuran sähköpostiin.

Vihti-Gymin tapahtumia voi seurata myös Facebookissa. Facebookin ylläpito oikeudet ovat johtokunnan jäsenillä. Osalla ryhmistä on lisäksi omat Facebook-sivunsa, joilla he tiedottavat omaa ryhmäänsä koskevista asioista. Seuran ohjaajia on ohjeistettu siitä mitä Facebookissa voi ja ei voi kirjoittaa, lisäksi heille järjestetään tulevaisuudessa Some-koulutus.

Kaikki ohjaajat pitävät oman ryhmänsä ajan tasalla tärkeistä asioista, ohjaajat tiedottavat ryhmiään sähköpostitse sekä lastenryhmissä lähetetään edelleen kirje kotiin lapsen mukana.

Ohjaajille järjestetään kolme tilaisuutta vuodessa. Kauden aluksi kauden avaus, jossa käydään läpi yleiset ohjeet, seuran toimintatavat sekä liikuntapaikkoihin ja avaimiin liittyvät asiat. Ohjaajilla on tilaisuudessa mahdollisuus esittää mieltään askarruttavia kysymyksiä sillä koko johtokunta on paikalla. Kauden käänös on syyskauden lopuksi järjestettävä tilaisuus. Tilaisuuden pääasiallisena tarkoituksena on yhteisen ajan viettäminen ja ryhmäytyminen, tilaisuudessa tiedotetaan myös ajankohtaisista asioista, mikäli niitä on. Kauden lopuksi järjestetään kauden päätös, jossa paketoidaan kausi yhdessä. Tilaisuus on kiitos menneestä kaudesta kaikille toimijoille. Valmentajilla on lisäksi omat palaverinsa.

4.5.1 Yhteystiedot

Osoite:

Liikuntaseura Vihti-Gym, As Oy Nummelan Kisarinne, Enäjärventie 3, 03100 Nummela

Puhelin:

Jäsenrekisteri- ja laskuasiat: Virpi Leino, arkisin klo 16.00 jälkeen, puh. 044-262 5655.

Seuran asiat, jumpat: Anne Kempas, arkisin klo 16.00 jälkeen, puh. 044-261 6514.

Web-sivut:

<http://www.vihti-gym.fi/>

Sähköposti:

vihti-gym@elisanet.fi

4.6 Organisointi

Seura toimii pääosin vapaaehtoisvoimin. Uusia halukkaita seuratoimijoita kartoitetaan kaiken aikaa ja heitä houkutellaan mukaan seuran toimintaan. Johtokuntaan etsitään yleensä tietyn tyyppistä henkilöä ja sopivan henkilön löydyttyä häntä pyydetään mukaan.

Seuran ohjaajia ja valmentajia muistetaan vuosittain sovittavalla tavalla.

Talkoolaisia tarvitaan tapahtumien järjestämisessä paljon. Kilparyhmäläisten vanhemmilla onkin velvollisuus osallistua talkoisiin. Jokaisen joukkueenjohtajan tehtävänä on pyytää vähintään kaksi vanhempaa mukaan rakentamaan ja purkamaan tapahtumaa. Lisäksi jumpissa ja puskaradion kautta etsitään innokkaita ja aktiivisia talkoolaisia.

5 Organisaatio ja vastuuhenkilöt

Vihti-Gymin ylin päättävä elin on johtokunta. Johtokunta kokoontuu kuukausittain päättämään seuran asioista. Johtokunnassa käsitellyistä ja päätetyistä tärkeistä asioista tiedotetaan ohjaajia.

Myöhemmin esitettävään johtokunnan vastuunjakoon on päädytty pääasiassa henkilöiden oman osaamisen ja omien resurssien perusteella. Esimerkiksi lastenvastaavan rooli on erityisen tärkeä, sillä välillä vanhemmilta tulee paljon palautetta ohjaajista tai ryhmistä. Tällöin vastaavan tehtävänä on vastata vanhempien vaativiinkin viesteihin ja käydä ryhmässä rauhoittamassa tilanne, tehtävä vaatii pedagogisia taitoja. Tulevaisuuden tavoitteena parantaa vastuunjakoa ja tehdä siitä toimivampi. Johtokunta kaipaa aktiivisia, osavia ja aikataulussa pysyviä henkilöitä. Erityistä tarvetta olisi markkinointivastaavalle, markkinointihenkilöksi henkilölle joka vastaisi myös yritysysteistyöstä, hänellä olisi hyvä tuntemus Vihdin yritysmaailmasta sekä paljon kontakteja ja verkostoja. Johtokunta toimii kahden vuoden kausissa (puheenjohtaja yhden) ja tämän jälkeen kysytään haluaako henkilö jatkaa.



5.1 Vastuuhenkilöiden roolit

Johtokunta 1.9.2014 alkaen:

Anne Kempas

- Puheenjohtaja: salivuorot, koulujen yhteyshenkilö, viestintä ja nettisivut

Aulikki Joenrinne

- Varapuheenjohtaja: aikuisten liikunnan vastaava, perheliikunnan vastaava, ohjaaja

Virpi Leino

- Talousvastaava: kirjanpito ja budjetti, seuran sähköpostin ja jäsenrekisterin hoitaminen, valmennuspuolen joukkueiden kustannusjako, ohjaaja

Katja Hakala

- Sihteeri: nuorten vastaava, valmentaja, seuran Gymppi Gymnaestrada-tapahtumassa

Merja Järventausta

- Joukkuevoimistelun ja rytmisen voimistelun vastaava

Raija Jääskeläinen

- Lasten harrasteryhmien (3 - 12 -vuotiaat) vastaava

Anna-Maria Niinistö-Räsänen

- Nuori Suomi Sinettivastaava, muut projektityöt

Asta Pesonen

- Turvallisuusvastaava: jäsenkortit, tarrat, koulujen avaimet

Taru Salonen

- Cheerleadingin päävalmentaja, cheerleadingin ja tanssin vastaava

6 Ryhmien ja joukkueiden pelisäännöt

Kaikissa lasten- ja nuortenryhmissä sovitaan ryhmäkohtaisista pelisäännöistä, lisäksi alle 16-vuotiaiden ryhmissä sovitaan pelisäännöistä myös vanhempien kanssa. Syyskauden alussa lasten ja nuorten ryhmien ohjaajat järjestävät omalle ryhmälleen vanhempainillan. Vanhempainillassa käydään läpi ryhmän kausisuunnitelma sekä tehdään tai hyväksytään ryhmän pelisäännöt. Jumpparit ja vanhemmat allekirjoittavat pelisäännöt ja lasten ryhmien vastaava kiertää ryhmissä tarkastamassa että ne on tehty. Sinettivastaava ohjeistaa ohjaajat pelisääntöjen tekemisestä kauden alussa ja ohjaajille jaettavasta ohjaajan käsikirjasta löytyy esimerkki pelisäännöistä ja kausisuunnitelmasta.

Ryhmä- ja joukkuekohtaisten pelisääntöjen lisäksi seurassa on sovittu myös Liikuntaseura Vihti-Gymin seuran pelisäännöistä sekä huoltajien pelisäännöistä, nämä molemmat pelisäännöt ovat nähtävillä myös seuran internet-sivuilla.

6.1 Liikuntaseura Vihti-Gymin seuran pelisäännöt

1. Seura tukee ohjaajien ohjaamista tarjoamalla uusille ohjaajille tutorointia ja ohjaamalla ohjaajia aktiivisesti koulutukseen.
2. Ohjaajat pidetään ajan tasalla seuran asioista ohjaajatiedotteilla ja tarvittaessa sähköpostiviestein ja tekstiviestein.
3. Seura noudattaa toiminnassaan sinettiseuran sääntöjä.
4. Seura huomioi ohjauksessa jumppaajan taitotason ja tukee tämän kehittymistä tarvittaessa henkilökohtaisesti.
5. Pyritään myönteisessä hengessä juurruttamaan elinikäinen liikuntatottumus jumppareihin ja nauttimaan liikunnan ilosta.

6.2 Huoltajien pelisäännöt

1. Autot pysäköidään niille merkityille paikoille.
2. Kengät jätetään kenkätelineisiin hyvään järjestykseen.
3. Lapsella/nuorella on asiaankuuluvat liikuntavarusteet.
4. Lasten/nuorten vaatteissa ja tarvikkeissa on nimi.
5. Lapsi/nuori saapuu ajoissa harjoituksiin.
6. Pidempiaikaisesta poissaolosta tai lapsen/nuoren harrastuksen keskeyttämisestä tulee ilmoittaa ohjaajalle/valmentajalle.
7. Lapset/nuoret ovat liikuntatunnin ajan ohjaajan/valmentajan kanssa salissa.
8. Huoltaja on vastuussa lapsen/nuoren kulkemisesta harjoituksiin.

9. Mikäli lapsella/nuorella on jokin liikkumiseen vaikuttava tekijä (astma tms.), tulee siitä ilmoittaa ohjaajalle/ valmentajalle.
10. Huoltaja tutustuu lapsen/nuoren kanssa yhdessä jumppakoulupassiin/jumppavihkoon sekä muihin tiedotteisiin joita lapsi/nuori kotiin tuo.
11. Huoltaja arvostaa ja tukee lapsen/nuoren harrastusta.
12. Huoltaja muistaa, että harrastustoiminta on lapselle/nuorelle vapaaehtoista

6.3 Ongelmanratkaisupolku

Mahdollisia ryhmänsisäisiä tai vanhempien kanssa syntyviä ongelmatilanteita varten Vihti-Gymissä on käytössä ongelmanratkaisupolku. Kaikkiin ongelmatilanteisiin puututaan nopeasti ja ne pyritään hoitamaan seuran sisäisesti. Ongelmanratkaisupolusta informoidaan jokaisen ryhmän vanhempia, ongelmanratkaisupolku on myös nähtävillä seuran internet-sivuilla.

Ongelmanratkaisupolku on syntynyt käytännön kokemusten ja sille olleen tarpeen pohjalta. Erityisesti nuoremmat ohjaajat ovat kokeneet sen hyödylliseksi, vaikeista tilanteista selviytymiseen on hyvä olla olemassa jokin ohje. Ongelmanratkaisupolun syntyminen johti myös siihen, että alle 18-vuotiaille ei anneta enää täysin yksin ohjattavaksi ryhmää, samassa salissa on oltava vähintään yksi täysi-ikäinen ongelmatilanteiden varalta, jaetussa salissa riittää että täysi-ikäinen ohjaaja on verhon toisella puolella.

6.3.1 Harraste- ja tanssiryhmien ongelmanratkaisupolku

1. Ongelmat pyritään ratkaisemaan ohjaajan ja ryhmän jäsenten kesken.
2. Ohjaaja informoi vastaavaa johtokunnan jäsentä sekä puheenjohtajaa välittömästi ongelmatilanteista.
3. Ohjaaja ottaa yhteyttä vanhempiin.
4. Tarvittaessa vanhemmat kutsutaan yhteiseen tapaamiseen.
5. Vanhempia kannustetaan ensisijaisesti hoitamaan ongelmatilanteet ohjaajan kanssa. Tarvittaessa vanhemmat voivat olla yhteydessä seuran puheenjohtajaan.

7 Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen

Vihti-Gymin ohjaajat ja valmentajat etsivät erittäin aktiivisesti itse itselleen sopivia koulutuksia. Lisäksi seura tiedottaa säännöllisesti koulutustarjonnasta ja tarvittaessa ehdottaa sopivia koulutusmuotoja. Seura kustantaa ohjaajan tai valmentajan peruskoulutuksen sekä minimissään yhden vapaavalintaisen kurssin vuodessa. Kaikkien lastenohjaajien on käytävä koulutus ja koulutuksista pidetään seurantataulukkoa. Johtokunta vastaa ohjaajien ja valmentajien toiminnasta, jokaisella ikäryhmällä on oma vastaavansa johon ohjaaja voi olla yhteydessä ongelmatilanteissa.

Vihti-Gym järjestää ohjaajilleen myös Voimisteluliiton tarjoamia räätälöityjä tilauskoulutuksia, kuten ilmaisutaidon koulutus ja tulossa oleva Arvi-koulutus, myös johtokunta on koulutettu sisäisesti. Aloite näille koulutuksille lähtee usein ohjaajien toiveista. Myös ensiapukoulutusta järjestetään tasaisin väliajoin. Valmennusryhmäläisten vanhemmille järjestettiin koulutus urheilijan terveellisistä ruokatottumuksista, joten Vihti-Gym on kouluttanut myös vanhempia.

Uusia ohjaajia rekrytoidaan jatkuvasti ja tarpeen mukaan, seuran toiminnasta kiinnostunut ohjaaja voi myös itse ottaa yhteyttä. Seuran internet-sivuilta löytyy avoin hakemuslomake, jonka kautta voi hakea Vihti-Gymiin ohjaajaksi. Valmentajia on koitetu lisäksi rekrytoida Mol:n kautta sekä laittamalla kyselyitä Kisakallioon, Voimisteluliittoon ja lähiseuroihin, tämä ei kuitenkaan ole tuottanut toivotunlaista tulosta. Puskaradio onkin todettu tehokkaimmaksi uusien ohjaajien rekrytointikeinoksi, muista ohjaajista ei ole ollut pulaa kuin valmentajista.

Uusia ohjaajia rekrytoitaessa käydään läpi normaali rekrytointiprosessi. Seuran puheenjohtaja ja ikäryhmävastaava tapaavat uuden ohjaajan ja käyvät hänen kanssaan läpi seuran käytännötoiminaperiaatteet ja jumppapaikkoihin liittyvät asiat, uudella ohjaajalla on myös mahdollisuus esittää kysymyksiä. Kauden avauksessa ohjaajille jaetaan aina Vihti-Gym pähkinänkuoressa – esite ja ohjaajien käsikirja, joista löytyy paljon hyödyllistä tietoa. Turvallisuusvastaava on ohjaajiin yhteydessä avaimiin liittyvissä asioissa ja palkalliset ohjaajat ovat lisäksi yhteydessä talousvastaavaan. Joka kevät ikäryhmävastaavat käyvät ohjaajien kanssa kevätkeskustelut, joissa keskustellaan menneestä kaudesta ja ohjaajan halusta jatkaa ohjaajana sekä tulevaisuuden toiveista.

8 Toimintamuodot

Vihti-Gym kehittää ja muokkaa jumppatarjontansa kausittain. Tarkka ja ajantasainen viikko-ohjelma, ohjaajien tiedot sekä tiedot kellonajoista ja jumppapaikoista löytyy seuran internet-sivuilta www.vihti-gym.fi kohdasta ”viikko-ohjelma”, sivuilla on lisäksi tarkat tunti-kuvaukset kaikista ryhmistä.

8.1 Harrasteryhmät

Vihti-Gymin harrasteliikuntatarjonta on jaettu neljään ryhmään ikäryhmien mukiaan.

Perheliikunta

0-6 -vuotiaat yhdessä aikuisen kanssa. Iloista liikuntaa, lauluja ja leikkejä yhdessä lapsen ja aikuisen – äidin, isän, mummon tai kummin – kanssa. Kaudella 2014 – 2015 Vihti-Gym tarjoaa kolme perheliikuntaryhmää, jotka on jaoteltu 1-2-, 3-4- ja 4-5 – vuotiaiden ryhmiin. Ryhmissä kierretään temppurataa vanhemman avustaessa lastaan, lisäksi ryhmissä on aina yhteiset alku- ja loppuleikit.



Perheliikunnan ryhmät Kevätkimarassa 2013

Kuva: Matti Keinonen

Lasten liikunta

3-6 – vuotiaiden ja 7-12 – vuotiaiden jumppakouluryhmät. Voimisteluliiton Jumppakoulu on laadun tae, lapsi oppii voimistelun perustaidot leikkien ja iloiten koulutettujen ohjaajien opastuksella. Kaudella 2014 – 2015 Vihti-Gym tarjoaa lähes kymmenen erilaista 3-12 – vuotiaiden ryhmää, josta löytyy jokaiselle jotakin taitotasosta riippumatta, niin tytöille kuin pojillekin.

- Satuvoimistelu 3 – 4 v.
- Minivoimistelu 4 – 5 v.
- Cheer Mikrot 5 – 7 v.
- Minivoimistelu 6 – 7 v.
- Voimistelun harrasteryhmä Jade 7 - 9 v.
- KidMix 7 – 8 v.
- KidMix 9 – 12 v.
- Cheerleading, Vivant-starttiryhmä 8 - 13 v.
- Lapsijooga 7 - 11 v.

Kidmix 9 – 12 v. Kevätkimarassa 2014



Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

Nuorten liikunta

Vihti-Gym tarjoaa monipuoliset harrastusmahdollisuudet 13 – 19 – vuotiaille nuorille tanssin ja cheerleadingin parissa. Kaudella 2014 – 2015 Vihti-Gymin tarjonnasta löytyy seuraavat ryhmät:

- Galaxylighst, Mixdance 12 - 15 v. (yläasteikäiset)
- HangOuts, Mixdance yli 16v.
- Cheerleading, Valiant, harrastusryhmä 13 - 16 v.

Lisäksi nuoret voivat osallistua aikuisten ryhmiin, erityisesti PILOXING®, ZUMBA® ja latinofit ovat olleet nuorten suosiossa.



Galaxylights, Mixdance 12 - 15 v. Kevätkimarassa 2014

Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

Aikuisten liikunta

Kaudella 2014 – 2015 aikuisten valikoimasta löytyy seuraavat ryhmät:

- Ikivireät
- Body & Dance
- Body & Teema
- Step-aerobic
- Syvälihasjumppa
- Kuntojumppa
- PILOXING®
- ZUMBA®
- HydroBic
- Miesten jumppa ja miesten sähly
- Jooga
- Latinofit
- Kesäjumppa

8.2 Valmennusryhmät

Vihti-Gymissä voi kilpailla neljässä eri lajissa:

- **joukkuevoimistelussa**
- **rytmisessä voimistelussa**
- **cheerleadingissa**
- **tanssillisessa voimistelussa.**

Joukkueet muodostuvat ikäryhmittäin ja uusia jäseniä joukkueisiin valitaan tryouts – tilaisuuksilla.



Trediat, joukkuevoimistelu 10 - 12 v.

Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren



VG Cheer Vigor, valmennus 12 - 15 v.

Kuva: Kuvauspalvelu Seppo Palmgren

Liite 2. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n lyhyt esite A4 koossa



Yhteystiedot

Osoite:
Liikuntaseura Vihti-Gym
As Oy Nummelan Kisarinne
Enäjärventie 3
03100 Nummela

Internet-sivut:
www.vihti-gym.fi

Sähköposti:
vihti-gym@elisanet.fi

Puhelin:

Jäsenrekisteri- ja laskuasiat:
arkisin klo 16.00 jälkeen
Virpi Leino, puh. 044-262 5655.

Seuran asiat, jumpat:
arkisin klo 16.00 jälkeen
Anne Kempas, puh. 044-261 6514.

Liikuntapaikkoina toimivat Vihdin kunnan koulut.



"Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n tavoitteena on tarjota monipuolista harraste- ja kuntoliikuntaa sekä kilpailu- ja valmennustoimintaa kaikenikäisille vihtiläisille. Tavoitteena on liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen, joka löytää liikunnan ilon jo nuorella iällä niin, että hän haluaa palata jumppaan taas ensi viikolla, ensi vuonna ja vielä 10 vuoden päästäkin!"

Vihti-Gymissä voi sekä harrastaa että kilpailla.



Meiltä löytyy jokaiselle jotakin!

Vihti-Gym tarjoaa jumppia tytöille, pojille, naisille ja miehille.

Seuran koulutetut ohjaajat liikuttavat vihtiläisiä viikottain yli seitsemälläkymmenellä tunnilla.

Viikko-ohjelman, tuntikuvaukset ja tiedot ohjaajista löydät osoitteesta www.vihti-gym.fi

Esittely

Vihti-Gym perustettiin vuonna 1976 nimellä Vihdin Naisvoimistelijat.

Vihti-Gymin lähes 40 toimintavuoden aikana seura on kasvanut yli 800 jäsenen seuraksi.

Vihti-Gym on yksi Suomen Voimisteluliiton jäsenseuroista.

Seura toimii pääosin talkoo- ja vapaaehtoisvoimin.

Vuosina 2008 ja 2011 Vihti-Gym on saanut PRIIMA-aikuisliikunnan laatusertifikaatin.

Valon Sinettiseurauksen Vihti-Gym on saanut jo kuusi kertaa, viimeksi syksyllä 2014.

Oletko kiinnostunut talkootöistä? Ota meihin yhteyttä nettisivujemme kautta!



Liite 3. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n lyhyt esite A5 koossa

Yhteystiedot

Osoite:
Liikuntaseura Vihti-Gym
As Oy Nummelan Kisarinne
Enäjärventie 3
03100 Nummela

Internet-sivut:
www.vihti-gym.fi

Sähköposti:
vihti-gym@elisanet.fi

Puhelin:

Jäsenrekisteri- ja laskuasiat:
arkisin klo 16.00 jälkeen
Virpi Leino, puh. 044-262 5655.

Seuran asiat, jumpat:
arkisin klo 16.00 jälkeen
Anne Kempas, puh. 044-261 6514.

Liikuntapaikkoina toimivat Vihdin kunnan koulut.



Priima
SUOMEN VOIMISTELULIITTO



SUOMEN
VOIMISTELULIITTO

"Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n tavoitteena on tarjota monipuolista harraste- ja kuntoliikuntaa sekä kilpailu- ja valmennustoimintaa kaikenikäisille vihtiläisille. Tavoitteena on liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen, joka löytää liikunnan ilon jo nuorella iällä niin, että hän haluaa palata jumppaan taas ensi viikolla, ensi vuonna ja vielä 10 vuoden päästäkin!"





Esittely

Vihti-Gym perustettiin vuonna 1976 nimellä Vihdin Naisvoimistelijat.

Vihti-Gymin lähes 40 toimintavuoden aikana seura on kasvanut yli 800 jäsenen seuraksi.

Vihti-Gym on yksi Suomen Voimisteluliiton jäsenseuroista.

Seura toimii pääosin talkoo- ja vapaaehtoisvoimin.

Vuosina 2008 ja 2011 Vihti-Gym on saanut PRIIMA-aikuisliikunnan laatuseurasertifikaatin. Valon Sinettiseuran arvon Vihti-Gym on saanut jo kuusi kertaa, viimeksi syksyllä 2014.



Meiltä löytyy jokaiselle jotakin, Vihti-Gymissä voi sekä harrastaa että kilpailla!

Vihti-Gym tarjoaa jumppia tytöille, pojille, naisille ja miehille.

Seuran koulutetut ohjaajat liikuttavat vihtiläisiä viikottain yli seitsemälläkymmenellä-tunnilla.

Viikko-ohjelman, tuntikuvaukset ja tiedot ohjaajista löydät osoitteesta:
www.vihti-gym.fi



Liite 4. Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n pitkä esite



Yhteystiedot

Osoite:

Liikuntaseura Vihti-Gym, As Oy Nummelan Kisarinne,
Enäjärventie 3, 03100 Nummela

Internet-sivut:

www.vihti-gym.fi

Sähköposti:

vihti-gym@elisanet.fi

Puhelin:

Jäsenrekisteri- ja laskuasiat:

arkisin klo 16.00 jälkeen
Virpi Leino, puh. 044-262 5655.

Seuran asiat, jumpat:

arkisin klo 16.00 jälkeen
Anne Kempas, puh. 044-261 6514.

Liikuntapaikkoina toimivat Vihdin kunnan koulut.



*Oletko kiinnostunut talkootöistä? Ota meihin
yhteyttä nettisivujemme kautta!*

Liikuntaseura Vihti-Gym tarjoaa jokaiselle jotakin!

"Liikuntaseura Vihti-Gym ry:n tavoitteena on tarjota monipuolista harraste- ja kuntoliikuntaa sekä kilpailu- ja valmennustoimintaa kaikenikäisille vihtiläisille. Tavoitteena on liikkuva, terve ja hyvinvoiva vihtiläinen, joka löytää liikunnan ilon jo nuorella iällä niin, että hän haluaa palata jumppaan taas ensi viikolla, ensi vuonna ja vielä 10 vuoden päästäkin!"



2



Sisällys

Esittely	4
Eettiset linjaukset	5
Seuran toiminnan tavoitteet	6
Toimintamuodot	8
Tapahtumat	9
Jäsenmaksut	10
Jäsenedut	11
Ryhmiin ilmoittautuminen	11
Organisaatio	12
Liikuntaseura Vihti-Gymin seuran pelisäännöt	13
Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen	14
Huoltajien pelisäännöt	15
Yhteystiedot	16



3

Vihti-Gym on liikuttanut vihtiläisiä jo lähes 40 vuotta!

Esittely

- Varpu Joenrinne perusti Vihdin Naisvoimistelijat vuonna 1976.
- Vuonna 1994 nimeksi vaihtui Liikuntaseura Vihti-Gym ry ja tarjontaa laajennettiin myös miehille ja pojille.
- Vihti-Gymin lähes 40 toimintavuoden aikana seura on kasvanut yli 800 jäsenen seuraksi.
- Vihti-Gym on yksi Suomen Voimisteluliiton jäsenseuroista.
- Seuran tavoitteena on vastata ajan haasteisiin ja tarjota monipuolista liikuntaa vihtiläisille, periaatteella vauvasta vaariin ja jokaiselle jotta-kin.
- Seura toimii pääosin talkoo- ja vapaaehtoisvoimin.
- Vuosina 2008 ja 2011 Vihti-Gym on saanut PRIIMA-aikuisliikunnan laatuseura-sertifikaatin.
- Valon Sinettiseurana arvon Vihti-Gym on saanut jo kuusi kertaa, viimeksi syksyllä 2014.

Lisää tietoa Vihti-Gymistä löytyy seuran Internet-sivuilta: www.vihti-gym.fi.



Eettiset linjaukset

1. Kaikilla on yhtäläiset mahdollisuudet harrastaa liikuntaa taitotasostaan riippumatta.
2. Kaikkia kannustetaan, innostetaan ja kohdellaan tasapuolisesti.
3. Kierrätys: tapahtumien materiaalit ja asut kierrätetään moneen kertaan.
4. Urheilullisiin ja terveisiin elämäntapoihin kannustetaan.
5. Avoin, positiivinen ja kannustava ilmapiiri harrastaa ja toimia.
6. Hyvän esimerkin näyttäminen lapsille ja nuorille.





Seuran toiminnan tavoitteet

- Sekä harraste- että kilpailutoimintaa

Vihti-Gym tarjoaa niin harraste- ja kunto- liikuntaa kuin kilpailu- ja valmennustoimintaa kaikienikäisille vihtiläisille.

Tarjolla on monimuotoista voimistelu- ja liikuntatoimintaa kaikille halukkaille sekä muita seuratoiminnan muotoja.

- Vapaaehtoisuus

Seura toimii vapaaehtoisvoimin. Seuran toimijoita muistetaan ja kiitetään.

- Avoimuus

Seurassa on avoin ja myönteinen ilmapiiri uusille tuulille, niin voimistelun kuin yhdistystoiminnankin parissa.



Liikkuva, terhe ja hyvinvoiva vihtiläinen!

- Aktiivisuus

Seuralla on aktiivinen johtokunta ja toimisto, sekä ajantasaiset Internet- ja Facebook-sivut.

Seuran toimijoita tiedotetaan säännöllisesti.

- Koulutetut ohjaajat ja valmentajat

Ohjaajia ja valmentajia koulutetaan aktiivisesti.

Uusia ohjaajia ja valmentajia rekrytoidaan kokoajan.

- Eettisyys ja kasvatuksellisuus

Eettiset säännöt ja kasvatukselliset näkökulmat ovat mukana seuran toiminnassa kaikilla tasoilla.

- Pelisäännöt

Kaikissa lasten- ja nuortenryhmissä on sovittu pelisäännöistä ryhmäkohtaisesti, lisäksi alle 16-vuotiaiden ryhmissä on sovittu pelisäännöistä myös vanhempien kanssa.

- Sinettitoiminta

Seura on sitoutunut Valon Sinettitoimintaan ja noudattamaan Sinettisääntöjä.



Myös miehille on oma ryhmä!



Toimintamuodot

Vihti-Gym kehittää ja muokkaa jumppatarjontaansa kausittain. Tarkka ja ajantasainen viikko-ohjelma, ohjaajien tiedot sekä tiedot kellonajoista ja jumppapaikoista löytyy seuran internet-sivuilta www.vihti-gym.fi kohdasta "viikko-ohjelma", sivuilla on lisäksi tarkat tuntikuvaukset kaikista ryhmistä.

Harrasteliikuntatarjonta on jaettu neljään ryhmään. Tarjolla on: perheliikuntaa, lasten liikuntaa, nuorten liikuntaa ja aikuisten liikuntaa.

Kilpailla voi neljässä eri lajissa: joukkuevoimistelussa, rytmisessä voimistelussa, cheerleadingissa ja tanssillisessa voimistelussa.



*Tutustu jumppatarjontaan osoitteessa
www.vihti-gym.fi*



Tapahtumat

Vihti-Gym järjestää kauden aikana useita tapahtumia ja näytöksiä.

Joulujuhla, Kevätkimara, kilpailut, lasten kesäleiri...

Lisäksi Vihti-Gym osallistuu innokkaasti Voimisteluliiton järjestämiin suurtapahtumiin ja organisoii jäsentensä osallistumisen.



Vihti-Gymin aikuisten jäsen- ja kausimaksulla pääset osallistumaan jumppakauden aikana yli 250 jumppatunnille

Jäsenmaksut

Vihti-Gymin jäsenmaksu koostuu jäsen- ja vuosimaksusta. Jäsenmaksu kattaa seuran hallinnolliset kulut kuten toimistopalvelut, ja vuosimaksu kattaa ohjaajien koulutuksen, matkakulut ja mahdolliset palkkiot sekä salimaksun. Maksettuaan jäsen- ja vuosimaksun, jäsen saa osallistua kaikkiin oman ikäryhmänsä jumppiin koko syys- ja kevätkauden ajan, syyskuusta toukokuuhun (lukuun ottamatta ryhmiä joihin on erillismaksu).

Kesällä Vihti-Gym järjestää kesäjumppaa, joka on kaikille avoin!

Jäsen- ja vuosimaksun suuruuden voi käydä tarkistamassa osoitteesta:
www.vihti-gym.fi/seuran-tiedot/jasenmaksut



Jäsenedut

Kauden alussa ohjaajat jakavat jumppareille jäsenkortit. Jäsenkortti toimi avaimena jumppiin ja lisäksi sillä saa etuja seuran yhteistyökumppaneilta. Kortissa tulee olla Voimisteluliiton oikeanvärinen vuositarra.

Etuja saa Vihti-Gymin omilta yhteistyökumppaneilta. Lisäksi kaikki Suomen Voimisteluliiton neuvottelemat jäsenedut ovat myös Vihti-Gymin jäsenten käytettävissä. Lisätietoa eduista löytyy osoitteesta www.voimistelu.fi sekä Vihti-Gymin omilta sivuilta.

Ryhmiin ilmoittautuminen

Kaikkiin harrasteryhmiin ilmoittaudutaan Internetin kautta, lukuun ottamatta Ikivireitä, jonne voi ilmoittautua myös paperilomakkeella ensimmäisellä jumppakerralla. Voidakseen ilmoittautua tulee jumpparin olla seuran rekisteröitynyt jäsen, tällöin hänellä on käytössään tunnukset, joilla kirjautua sisään.

Uuden jäsenen tulee rekisteröityä käyttäjäksi ennen ilmoittautumista. Rekisteröityminen tapahtuu täyttämällä henkilötietonsa Internetissä olevaan lomakkeeseen. Tietojen täyttämisen jälkeen ruudulle tulee käyttäjätunnus ja salasana, joiden avulla voi kirjautua sähköiseen ilmoittautumispalveluun. Vanhemmat voivat rekisteröidä omien tietojensa alle omat tiedot -sivulla useita alakäyttäjiä. Tällöin he voivat ilmoittaa myös lapsensa ryhmiin valitsemalla ilmoittautumissivulla pudotusvalikosta ilmoitettavan lapsen nimen. Ilmoittautumispalvelu neuvoo miten edetä ilmoittautumisessa.



Organisaatio

Vihti-Gymin ylin päättävä elin on johtokunta. Johtokunta kokoontuu kuukausittain päättämään seuran asioista. Johtokunnassa käsitellyistä ja päätetyistä tärkeistä asioista tiedotetaan ohjaajia.

Johtokuntaan kuuluvat:

Puheenjohtaja: salivuorot, koulujen yhteyshenkilö, viestintä ja nettisivut

Varapuheenjohtaja: aikuisten liikunnan vastaava, perheliikunnan vastaava

Taloustalvastaava: kirjanpito ja budjetti, seuran sähköpostin ja jäsenrekisterin hoitaminen, valmennuspuolen joukkueiden kustannusjako

Sihteeri: nuorten vastaava

Joukkuevoimistelun ja rytmisen voimistelun vastaava

Lasten harrasteryhmien (3 - 12 -vuotiaat) vastaava

Nuori Suomi Sinettivastaava

Turvallisuusvastaava: jäsenkortit, tarrat, koulujen avaimet

Cheerleadingin päävalmentaja, cheerleadingin ja tanssin vastaava

Kaikissa lasten- ja nuortenryhmissä sovitaan ryhmäkohtaisista pelisäännöistä

Liikuntaseura Vihti-Gymin seuran pelisäännöt

1. Seura tukee ohjaajien ohjaamista tarjoamalla uusille ohjaajille tutorointia ja ohjaamalla ohjaajia aktiivisesti koulutukseen.
2. Ohjaajat pidetään ajan tasalla seuran asioista ohjaajatiedotteilla ja tarvittaessa sähköpostiviestein ja tekstiviestein.
3. Seura noudattaa toiminnassaan sinettiseuran sääntöjä.
4. Seura huomioi ohjauksessa jumppaajan taitotason ja tukee tämän kehittymistä tarvittaessa henkilökohtaisesti.
5. Pyritään myönteisessä hengessä juurruttamaan elinikäinen liikuntatottumus jumppareihin ja nauttimaan liikunnan ilosta.

Syyskauden alussa lasten ja nuorten ryhmien ohjaajat järjestävät omalle ryhmälleen vanhempainillan. Vanhempainillassa käydään läpi ryhmän kausisuunnitelma sekä tehdään tai hyväksytään ryhmän pelisäännöt. Jumpparit ja vanhemmat allekirjoittavat pelisäännöt ja lasten ryhmien vastaava kiertää ryhmissä tarkastamassa että ne on tehty.





Koulutetut ja ammattitaitoiset ohjaajat

Valmentajien ja ohjaajien kouluttaminen

Vihti-Gymin ohjaajat ja valmentajat etsivät erittäin aktiivisesti itse itselleen sopivia koulutuksia. Lisäksi seura tiedottaa säännöllisesti koulutustarjonnasta ja tarvittaessa ehdottaa sopivia koulutusmuotoja. Seura kustantaa ohjaajan tai valmentajan peruskoulutuksen sekä minimissään yhden vapaavalintaisen kurssin vuodessa.

Kaikkien lastenohjaajien on käytävä koulutus.

Uusia ohjaajia rekrytoidaan jatkuvasti ja tarpeen mukaan, seuran toiminnasta kiinnostunut ohjaaja voi myös itse ottaa yhteyttä. Seuran internet-sivuilta löytyy avoin hakemuslomake, jonka kautta voi hakea Vihti-Gymiin ohjaajaksi. Uusia ohjaajia rekrytoitaessa käydään läpi normaali rekrytointiprosessi. Seuran puheenjohtaja ja ikäryhmävastaava tapaavat uuden ohjaajan ja käyvät hänen kanssaan läpi seuran käytännötoiminaperiaatteet ja jumppapaikkoihin liittyvät asiat.



Huoltajien pelisäännöt

1. Autot pysäköidään niille merkityille paikoille.
2. Kengät jätetään kenkätelineisiin hyvään järjestykseen.
3. Lapsella/nuorella on asiaankuuluvat liikuntavarusteet.
4. Lasten/nuorten vaatteissa ja tarvikkeissa on nimi.
5. Lapsi/nuori saapuu ajoissa harjoituksiin.
6. Pidempiaikaisesta poissaolosta tai lapsen/nuoren harrastuksen keskeyttämisestä tulee ilmoittaa ohjaajalle/valmentajalle.
7. Lapset/nuoret ovat liikuntatunnin ajan ohjaajan/valmentajan kanssa salissa.
8. Huoltaja on vastuussa lapsen/nuoren kulkemisesta harjoituksiin.
9. Mikäli lapsella/nuorella on jokin liikkumiseen vaikuttava tekijä (astma tms.), tulee siitä ilmoittaa ohjaajalle/valmentajalle.
10. Huoltaja tutustuu lapsen/nuoren kanssa yhdessä jumppakoulupassiin/jumppavihkoon sekä muihin tiedotteisiin joita lapsi/nuori kotiin tuo.
11. Huoltaja arvostaa ja tukee lapsen/nuoren harrastusta.
12. Huoltaja muistaa, että harrastustoiminta on lapselle/nuorelle vapaaehtoista